

Laura Alakurtti

TAPAHTUMAN ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA KEHITTÄMINEN

Case: Vaala Beach Volley

TAPAHTUMAN ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA KEHITTÄMINEN

Case: Vaala Beach Volley

Laura Alakurtti
Opinnäytetyö
Syksy 2018
Liiketalous
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalous, Esimiestyö ja henkilöstöjohtaminen

Tekijä: Laura Alakurtti

Opinnäytetyön nimi: Tapahtuman asiakastyytyväisyys ja kehittäminen – Vaala Beach Volley

Työn ohjaaja: Topi Haapasalo

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2018

Sivumäärä: 59 + 4

Tämä opinnäytetyö on tehty FC Soho ry:n järjestämän Vaala Beach Volley-tapahtuman kehittämistä varten. Työn toimeksiantajana on vaalalainen FC Soho ry-niminen yhdistys. Aikaisemmin virallista asiakaspalautetta ei Vaala Beach Volleystä ole kerätty, joten pitkän historian ja viime aikaisen muutosten vuoksi tämä työ oli aiheellinen ja ajankohtainen.

Työn tavoitteena oli kerätä tapahtumaan osallistuvilta pelaajilta mielipiteitä tapahtuman järjestelystä sekä sarjamuutoksista sekä löytää kehitysideoita jatkoa varten. Tavoitteena oli osallistuvan havainnoinnin ja kyselyn avulla saada tietoa onnistumisista ja kohdista, joita voidaan kehittää.

Viitekehys työssä sisältää tapahtuman järjestämisen, asiakastyytyväisyyden, kehittämistyön ja tutkimustyön käsitteet. Lähteinä työssä on käytetty käsitteisiin liittyvää kirjallisuutta, toimeksiantajan haastatteluita ja verkkoartikkeleita. Tutkimusmenetelmänä työssä on käytetty osallistuvaa havainnointimenetelmää sekä kyselytutkimusta. Kyselytutkimus sisälsi sekä laadullisen että määrällisen tutkimuksen ominaisuuksia. Pelaajille suunnattu kysely toteutettiin Webropol-kyselytyökalun avulla.

Kyselyn kautta saatiin laaja ja kattava kuva pelaajien mielipiteistä. Pääsääntöisesti tulokset olivat positiivisia sekä odotettavissa olevia, mutta uusia kehityskohteita tuli myös esille. Tärkeimpiä kehityskohteita ovat tapahtuman aikataulutus, niin pelien kuin oheisohjelman kannalta, kuulutuksen parantaminen yleisön mukaan saamiseksi ja oheisohjelmasta tiedottaminen. Kyselystä esille nousseiden kehityskohteiden lisäksi havainnoinnilla saavutettiin muutamia järjestäjän sisäisiä kehityskohteita.

Työn tulokset eli esille nostetut kehitysideat ovat tapahtuman kannalta toteutuskelpoisia, jotta tapahtumasta saadaan entistä parempi. FC Soho ry sekä muut samantapaisten tapahtumien järjestäjät voivat hyötyä tämän työn lopputuloksesta. Jatkotoimenpiteinä on työssä esille nousseiden kehitysideoiden jalkauttaminen tulevaisuuden tapahtumissa.

Asiasanat: tapahtuman järjestäminen, asiakastyytyväisyys, kehittämistyö, FC Soho ry, Vaala Beach Volley

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in business, Management and Human Resources

Author: Laura Alakurtti

Title of thesis: Customer satisfaction and development of event – Vaala Beach Volley

Supervisor: Topi Haapasalo

Term and year when the thesis was submitted: Fall 2018

Number of pages: 59 + 4

This bachelor's thesis was made for development of the sport event Vaala Beach Volley. The work is commissioned by the FC Soho ry. Feedback from tournament players has not been officially ever collected, so the subject was topical and necessary.

The aim of the thesis was to find out the opinions of the tournament players about success of event and its previous changes and to find some ideas for the further development of the event. The aim was to increase knowledge of successes and development points by carrying out a survey and doing participant observation.

The theoretical framework of the thesis is based on the theory of organizing an event, customer satisfaction and development work. As resources have been used: extensive literature on previously mentioned concepts, interviews and network articles. There were two research methods used in this thesis: survey and participant observation. Features of qualitative and quantitative research methods have been used for creating a survey. The survey for tournament players was developed using the Webropol Survey Tool.

The survey provided a comprehensive picture of what the players are about the event. The results were mainly quite positive and expectable, but new development ideas were also highlighted. The most important development ideas for players were scheduling whole event including sideline shows, developing announcement to bring audience closer and informing about sideline shows. By participant observation there were found some development ideas for inside of organizer.

The results of the work for developing the event are realistic. FC Soho ry and possibly other groups who organize same kind of event can benefit from the results of this research. As a follow-up, there is the making use of the development ideas for the next Vaala Beach Volley-event.

Keywords: organizing an event, customer satisfaction, development work

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	TAPAHTUMA	9
2.1	Vaala Beach Volley	10
2.1.1	Tapahtuman historia	11
2.1.2	Tapahtuman sarjamuutokset.....	12
2.2	Tapahtuman järjestäminen	13
2.2.1	Onnistuneen tapahtuman malli®	14
2.2.2	Suunnitteluvaihe	16
2.2.3	Toteutusvaihe	19
2.2.4	Jälkimarkkinointivaihe	21
2.2.5	Sosiaalinen media ja markkinointi.....	23
3	ASIAKASTYYTYVÄISYYS	25
3.1	Asiakastyytyväisyyden peruselementit	25
3.1.1	Asiakas -elementti.....	26
3.1.2	Tyytyväisyys -elementti	27
3.2	Asiakastyytyväisyyden tutkiminen	30
4	KEHITTÄMISTYÖ.....	32
4.1	Tutkimuksellinen kehitystyö.....	32
4.2	Tutkimusmenetelmät	37
5	TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	39
5.1	Pelaajakysely	39
5.1.1	Taustakysymykset	40
5.1.2	Tapahtumakysymykset	43
5.1.3	Avoin palaute	47
5.2	Havainnoinnin tulokset	50
5.3	Kehitysideat.....	52
6	POHDINTA.....	55
	LÄHTEET.....	57
	LIITTEET	60

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on vaalalaisen FC SOHO ry:n järjestämän Vaala Beach Volley -tapahtuman asiakastytyväisyys sekä kehittäminen. Oltuani vuosien ajan mukana järjestämässä kyseistä tapahtumaa, ja tapahtuman koettua suuria muutoksia viime vuosien aikana, heräsi ajatus opinnäytetyön tekemisestä. Halusin tietää, mitä mieltä tapahtumaan osallistuvat pelaajat ovat tapahtumasta, ja olisiko heillä mahdollisesti jotain, mitä he haluaisivat tapahtumassa tehtävän toisin. Näin syntyi aihe tälle opinnäytetyölle.

Toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä toimii vaalalainen yhdistys, nimeltään FC SOHO ry. Yhdistys on perustettu vuonna 1994 kehittämään yleisesti liikuntaharrastusta sekä jäsenistönsä fyysistä, psyykkistä että sosiaalista kuntoa. Yhdistyksen toimialue on Vaala, jossa se järjestää yhdistyksen tarkoitukseen liittyviä tapahtumia. Yhdistys järjestää harjoitus-, koulutus-, kasvatusta- ja valmennustoimintaa yhdistyksen tarkoituksen vaatimalla tavalla. He järjestävät myös kuntoliikuntaa tai muuta siihen viittaavaa toimintaa. FC SOHO järjestää myös tiedotus- ja valistustoimintaa sekä hankkii jäsenilleen urheiluvälineitä ja -asusteita voittoa tavoittelematta. Edistääkseen tarkoitustaan yhdistys järjestää kilpailutoimintaa, josta hyvänä esimerkkinä on Vaala Beach Volley. Tukeakseen toimintaansa yhdistys voi järjestää myös tanssi- ja huvitilaisuuksia, arpajaisia sekä rahan keräystä. Mikäli tapahtuman luonne vaatii, yhdistys hankkii tarvittaessa asianmukaisen luvan. (FC SOHO ry 2018, 1.) Vaala Beach Volleyn jälkeen yhdistyksen toiseksi suurin järjestämä kilpailutapahtuma on SM-Rankkari. Tapahtuma on joukkueille suunnattu jalkapallon rangaistuslaukauskilpailu, joka on järjestetty vuodesta 2002 alkaen (FC SOHO ry 2017c, viitattu 19.11.2018). Yhdistys järjestää paikallisesti vuoden mittaan myös pienempiä urheiluturnauksia.

Tutkimuskysymyksenä tässä työssä on, kuinka Vaala Beach Volleyta voidaan kehittää paremmaksi. Tämän lisäksi tutkin työssä tapahtuman asiakastytyväisyyttä. Näitä aiheita lähdin tutkimaan osallistujia haastatteleamalla tapahtuman aikana sekä tapahtuman jälkeen tehdyllä kyselyllä. Tämän lisäksi tutkin tapahtuman järjestämisosuutta osallistuvalla havainnointimenetelmällä tapahtuman aikana. Toteutin tapahtuman jälkeisen osallistujille suunnatun kyselyn Webropol-kyselytyökalun avulla.

Olen rakentanut opinnäytetyön teoriaosuuden tapahtuman järjestämiseen, asiakastyytyväisyyteen sekä kehittämistyöhön liittyvällä kirjallisuudella ja artikkeleilla. Olen lähestynyt tapahtuman järjestämistä osa-alue osa-alueelta teoriapohjaisesti, ja jokaisen osa-alueen jälkeen esimerkkinä olen kertonut, kuinka asiat hoidetaan Vaala Beach Vollebyssä. Tällä tavalla olen esitellyt tapahtuman järjestämisen teoriaosuuden mahdollisimman kuvainnollisesti, jolloin lukijan on helpompi sisäistää teoria. Olen lähestynyt asiakastyytyväisyyttä teoriapohjalta, jonne olen lisännyt tapahtumaan liittyviin kohtiin käytännön esimerkkejä, kuinka käsite voidaan ajatella tässä tapahtumassa. Näiden jälkeen olen esitellyt kehittämistyön prosessin, jonka olen purkanut vaihe vaiheelta teoriassa. Kohdissa, joissa tutkimuksesta riippuen on useampi tapa tehdä tutkimusta, olen tarkemmin esitellyt tavat, joilla olen juuri tämän opinnäytetyön tehnyt. Viitekehyksen lopuksi olen esitellyt tiedonkeruutavat, jotka tähän työhön valitsin, ja avannut syitä, miksi juuri ne tavat koin hyväksi tähän.

Opinnäytetyössäni eettiset kysymykset tulivat esille etenkin kyselyä toteutettaessa. Varmimmat ja rehellisimmät vastaukset saadaan nimettöminä, joten toteutin kyselyn täysin nimettömänä. Aktivoin pelaajia vastaamaan kyselyyn arvonnalla, johon tarvitsin yhteystietoja. Vain halukkaat saivat antaa yhteystietonsa, mutta kuitenkin käsittelin kaikki kyselyn vastaukset täysin nimettöminä. Tarvitsin yhteystietoja vain arvonnalla palkinnon toimittamista varten. Esittelin sekä kyselyn että havainnoinnin tulokset täysin totuudenmukaisina, mitään asioita muuttelematta, jotta löysin tapahtumaa varten todellisia kehityskohteita.

Toteutin pelaajille suunnatun kyselyn sekoittaen sekä määrällistä että laadullista tutkimusmenetelmää, sillä osa kysymyksien vastauksista sisälsi tekstikentän, johon sai halutessaan sanallisesti perustella antamaansa vastausta. Tämän lisäksi sijoitin loppuun avoimen palautekentän, jossa sana oli niin sanotusti vapaa. Vaala Beach Volleyhyn osallistui tänä vuonna 151 pelaajaa, joten tästä syystä kysely sisälsi monivalintakysymysten lisäksi asteikkoihin perustuvia kysymyksiä. Näin sain kattavan kuvan tapahtuman järjestelyistä sekä pelaajien mielipiteistä koskien tapahtumassa ilmenneitä muutoksia. Sain avoimesta palautekentästä paljon arvokasta tietoa tapahtuman jatkoa ajatellen, joten koin sen tärkeäksi osaksi tätä tutkimusta. Tapahtuman järjestämistä tutkin osallistuvalla havainnointimenetelmällä, sillä se tuntui luontevimmalta keinolta. Olen itse tapahtuman järjestämisessä mukana, joten näen tapahtuman sisältä käsin mitkä asiat toimivat ja missä on vielä kehitettävää.

Aloitin opinnäytetyön teon huhtikuussa 2018 aloituskeskustelussa. Tämän jälkeen tarkoitukseni oli kirjoittaa opinnäytetyön viitekehys valmiiksi ennen tapahtumaa, joka oli 6.-8.7.2018. Julkaisin

taphtuman alkaessa pelaajille suunnatun kyselyn linkin, joka oli avoinna 18.11.2018 saakka. Tämän jälkeen aloitin kahden viikon tulosten analysoinnin ja opinnäytetyön loppuun viennin. Opinnäytetyöni valmistui hieman alkuperäisestä aikataulusta myöhässä, mutta vuoden 2018 loppuun mennessä.

2 TAPAHTUMA

Tapahtumalla pyritään vaikuttamaan suoraan ihmiseen, sillä vaikka ideat ja puitteet kopioitaisiin toiselta tapahtumalta, tapahtuman henkeä ei voi kopioida. Tapahtuman henki on asia, mikä vaikuttaa ihmiseen, sillä se tapahtuu ihmisten välillä. Tapahtumien isännät vaikuttavat olennaisesti jokaisen tapahtuman henkeen. Sillä kaikkien puitteiden ollessa kunnossa, yhteyden osallistujien ja tapahtuman välille luo isännät. (Vallo & Häyrinen 2016, 291.) Tapahtumalle on määritelty tavanomaiset tunnusmerkit, joiden täytyttyä voidaan puhua tapahtumasta. Seuraavaksi esiteltyjen tunnusmerkkien tulee myös toimia, jotta voidaan puhua onnistuneesta tapahtumasta. Tunnusmerkkien etukäteissuunnittelu on juuri tästä syystä tärkeää, jotta voidaan tarjota osallistujille onnistunut tapahtuma, jollaiseen he mielellään tulevat uudestaan.

Tapahtumat tulee etukäteen aikatauluttaa, jotta tapahtuman osallistajat tietävät, mitä milloinkin tapahtuu. Suunniteltaessa tapahtumaa, tulee miettiä ohjelman sisältö osallistujien ja heidän odotuksensa mukaisesti. Yleensä tapahtumissa on esiintyjä, joten heidän ammattitaitoisuutensa tulee ottaa huomioon tapahtumaa suunniteltaessa. Jotta osallistujien on mahdollisimman mutkatonta osallistua tapahtumaan, tulee ilmoittautumisen olla heille helppoa ja sujuvaa. Ennen tapahtuman alkua pitää testata tekniikka, jotta se toimii odotetulla tavalla tapahtuman aikana. Osallistajat yleensä odottavat, että tapahtumissa on jonkinlainen tarjoilu, joten se on hyvä suunnitella etukäteen. Ennen tapahtumaa tulee suunnitella, millaista materiaalia sekä osallistujille että esiintyjille annetaan. Materiaalit tulee myös tulostaa hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, jotta ne ovat osallistujien ja esiintyjien saatavilla heti tapahtuman käynnistyttyä. Tapahtumaa suunniteltaessa pitää miettiä myös isäntien toiminta, mitä he tekevät milloinkin. Tapahtumaa on vaikea toteuttaa ilman tapahtumapaikkaa, joten se tulee miettiä hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, jotta se vastaa tapahtuman luonnetta. Tapahtumissa on myös muita pienempiä seikkoja, jotka tulee ottaa huomioon tapahtumaa suunniteltaessa, kuten mihin osallistajat ja esiintyjät parkkeeraavat autonsa. Mahdolliset tupakoitsijat tulee huomioida, jotta heille on merkitty paikka, jossa tupakoida, näin tupakannatsoja ei ole siellä täällä ympäriinsä. (Vallo & Häyrinen 2016, 76-77.)

2.1 Vaala Beach Volley

Vaala Beach Volley on pisimpään Suomessa yhtäjaksoisesti järjestetty beach volley -turnaus, joka järjestettiin tänä vuonna 30. kerran (Suomen Lentopalloliitto ry 2018, viitattu 14.9.2018). Tapahtuma alkaa perjantaina iltapäivällä ja päättyy sunnuntaina iltapäivällä, riippuen siitä kuinka pitkiksi finaalisarjojen pelit venyvät. Tapahtumassa pelataan joka päivä beach volleytä, jonka ympärille viikonloppu on rakennettu. Beach volleyn lisäksi viikonloppuna on iltaisin suosittuja oheisaktiviteettejä yleisölle, kuten tikanheittoa, bingoa, petankkia sekä musiikkiesiintyjä.

Ensimmäisen kerran tapahtuma on järjestetty vuonna 1989, jonka jälkeen tapahtuma on järjestetty vuosittain heinäkuun alussa. Pitkän historiansa vuoksi tapahtuma on vakiinnuttanut paikkansa vaalalaisessa kesässä, kuten myös vaalalaisten sekä muualta tulevien pelaajien jokavuotisessa kalenterissa. Vaikka tapahtumalla on pitkä historia, tapahtuman sisältö on muuttunut ajansaatossa kuitenkin perusideaa unohtamatta. Oheistoimintaa on muokattu vuosien aikana, uusia aktiviteettejä on kokeiltu, mutta vain tikanheitto, bingo sekä petankki ovat säilyneet muuttumattomina. Kun SM-tason sarjat toivat tasoisiaan pelaajia, oli ruokailutarjontaa muokattava heille sopivaksi. Aikaisemmin oli myynnissä vain makkaraa, uudistuksen myötä tarjolle on tullut terveellisempi vaihtoehto: kalalautanen.

Vaala Beach Volley järjestetään tutulla Sahanrannan hiekkarannalla, joka uudistettiin ennen vuoden 2017 turnausta. Ranta-alue on tarpeeksi iso, jotta tapahtumaa voidaan pyörittää sujuvasti 12 pelikentällä. Näin pelaajille ei tule pitkää siirtymää pelien välillä, ja he voivat keskittyä pelaamiseen. Tämän lisäksi yleisön on helppo seurata tapahtuman tilannetta, kun kaikki tapahtuu samalla alueella.



KUVIO 1. Tapahtuma-alueen kartta

2.1.1 Tapahtuman historia

Tapahtumahistorian mukaan ensimmäiset viisi vuotta tapahtuman historiassa pelattiin ainoastaan miesten A-sarjaa, kunnes vuonna 1994 mukaan tuli miesten B-sarja. Vuosina 1995-1998 miesten sarjojen lisäksi tapahtumaan otettiin mukaan yksi naisten sarja. Kaksi seuraavaa vuotta tapahtuma sisälsi jo viisi sarjaa: miesten A-, B- ja C-sarjat sekä naisten A- ja B-sarjat. Vuosina 2001-2003 muut sarjat säilytettiin entisellään, mutta molemmat A-sarjat vaihdettiin Suomen Lentopalloliiton Challenger-sarjoiksi. Vuonna 2004 tapahtuman sarjoja vähennettiin, jolloin pelattiin ainoastaan miesten A- ja B-sarjat, yksi naisten sarja sekä yksi sekasarja. Tähän mennessä kaikki joukkueet olivat olleet pareja, mikä on tyypillistä beach volleyssa. Vuodesta 2005 vuoteen 2008 sarjamäärä nostettiin seitsemään sarjaan: miesten A-, B- ja C-sarjat, yksi naisten sarja, sekasarja sekä miesten ja naisten sarjat kolmen henkilön joukkueille. Vuosina 2009-2010 naisten kolmen henkilön sarjan tilalle vaihdettiin poikien U16-sarja, joka oli nimensä mukaisesti avoin vain alle 16-vuotiaille pojille. Kun poikien U16-sarja ei houkuttanut pelaajia, vaihdettiin sarjan tilalle uusi naisten sarja, jolloin vuosina 2011-2013 naisille tarjottiin A- ja B-sarjat. Vuonna 2014 miesten kolmen henkilön sarja otettiin pois tarjonnasta, mutta se palautettiin takaisin vuodeksi 2015, muuten sarjat pysyivät samoina.

Vuosi 2016 järjestettiin vielä täysin harrastesarjojen voimin: miesten kolme sarjaa, naisten kaksi sarjaa sekä sekasarja. (FC SOHO ry 2017a, viitattu 14.9.2018.)

Vuosi 2017 oli ensimmäinen vuosi, kun tapahtumaan saatiin mukaan SM-osakilpailusarjat. Tällöin molemmat A-sarjat korvattiin SM-osakilpailun sarjoilla, jolloin tapahtuman luonne muuttui suuresti. (FC SOHO ry 2017a, viitattu 14.9.2018.) Tapahtuma on pitkään ollut kolmipäiväinen, joten pääsarjat on pelattu sunnuntaisin. Tapahtuma lähtee liikkeelle perjantaina iltapäivästä sekasarjoilla sekä SM-osakilpailun karsintapeleillä. Lauantaina jatketaan SM-osakilpailun peleillä, pelataan miesten B- ja C-sarjat sekä naisten B-sarja. Sunnuntaina pelataan miesten ja naisten SM-osakilpailun finaalipelit. (FC SOHO ry 2017b, viitattu 14.9.2018.)

Tapahtuman internetsivuilta löytyy turnaushistoria, johon listataan joka vuosi jokaisen sarjan top 3. Tulostilan mukaan tapahtumassa on ollut vuosien varrella osallistujina useita tunnettuja pelaajia. Tapahtuma on kasvanut vuosien aikana yhden kentän ja sarjan tapahtumasta 12 kentän ja kuuden sarjan tapahtumaksi. (Sorsa 2018a, 3.)

2.1.2 Tapahtuman sarjamuutokset

Tapahtuman suosituimmat sarjat ovat olleet miesten C-sarja sekä sekasarja, näissä sarjoissa on ollut avoinna 24 joukkuepaikkaa. Vuonna 2013 miesten C-sarja oli täynnä, mutta sekasarjassa oli paikkoja avoinna kuudelle joukkueelle. Seuraavaksi suurimmat sarjat ovat olleet miesten B- ja A-sarjat, joihin on otettu kumpaankin 16 joukkuetta. Vuonna 2013 näissä sarjoissa ei ollut avoimia paikkoja. Naisten A- ja B-sarjat ovat olleet pienimmät, joihin on otettu 12 joukkuetta. Naisten A-sarja oli täynnä vuonna 2013, mutta B-sarjassa oli kolme avointa paikkaa.

Vuonna 2016 miesten C- ja A-sarjojen rajoja laskettiin, sillä niitä ei saatu täytettyä. Miesten C-sarjaan otettiin 16 joukkuetta, mutta siihen osallistui 13. Miesten A-sarja saatiin täyteen 12 joukkueella, mutta miesten B-sarja keräsi 14 joukkuetta, jolloin tilaa oli kahdelle joukkueelle. Naisten sarjoissa rajana oli vieläkin 12 joukkuetta, mutta A-sarjaan saatiin 7 joukkuetta ja B-sarjaan 11. Sekasarjan rajaa ei muutettu, mutta siihen saatiin 12 joukkuetta, eli toiset 12 olisi mahtunut mukaan.

Vuonna 2017 SM-osakilpailun tultua ensimmäisen kerran tapahtumaan mukaan miesten C-sarjaa jouduttiin supistamaan entisestään, jolloin sarjaan mahtui 12 joukkuetta. Tämän lisäksi miesten ja

naisten A-sarjat vaihtuivat SM-osakilpailusarjoiksi, joten järjestäjän omia harrastesarjoja oli tällöin jäljellä enää sekasarja, miesten C- ja B-sarjat sekä naisten B-sarja. Sekasarjaan saatiin mukaan 15 joukkuetta, mutta kyseessä on järjestäjän ainoa sarja perjantaina, joten sen rajaa ei olla laskettu. Miesten C-sarja jäi yhtä joukkuetta vaille täyteen, jolloin joukkueita oli paikalla 11. Molemmat B-sarjat saatiin täytettyä, jolloin miehiä oli 16 joukkuetta ja naisia 12 joukkuetta. Miesten SM-osakilpailusarjassa joukkueita oli 17 (Suomen Lentopalloliitto Ry 2017a, viitattu. 27.11.2018). Naisten SM-osakilpailusarjaan joukkueita saatiin 11 (Suomen Lentopalloliitto Ry 2017b, viitattu 27.11.2018).

Viimeisimmässä turnauksessa, vuonna 2018 miesten C-sarjaan otettiin edellisvuoden tapaan 12 joukkuetta. Sarja täyttyi hyvin nopeasti ja osa joukkueista ilmoittautui jonottamaan paikkaa sarjaan. Miesten B-sarjaan tehtiin muutos, sillä perjantain SM-osakilpailun karsintakerrokselta karsiutuneet joukkueet pystyivät niin halutessaan jatkaa pelaamista miesten B-sarjassa. Tällöin miesten B-sarjaan otettiin enintään 16 joukkuetta, mutta karsiutuneet mukaan lukien sarjaan saatiin 15 joukkuetta. Naisten sarjassa rajana oli 12 joukkuetta, mikä saatiin täyteen. Sekasarjan rajana on pysynyt 24 joukkuetta, mutta nyt siihen osallistui 15 joukkuetta. Miesten SM-osakilpailuun ilmoittautui 21 joukkuetta ja naisten sarjaan 11 joukkuetta. Eli edellisvuoteen verrattuna SM-tasolla naisia oli saman verran ja miehiä oli neljä joukkuetta enemmän.

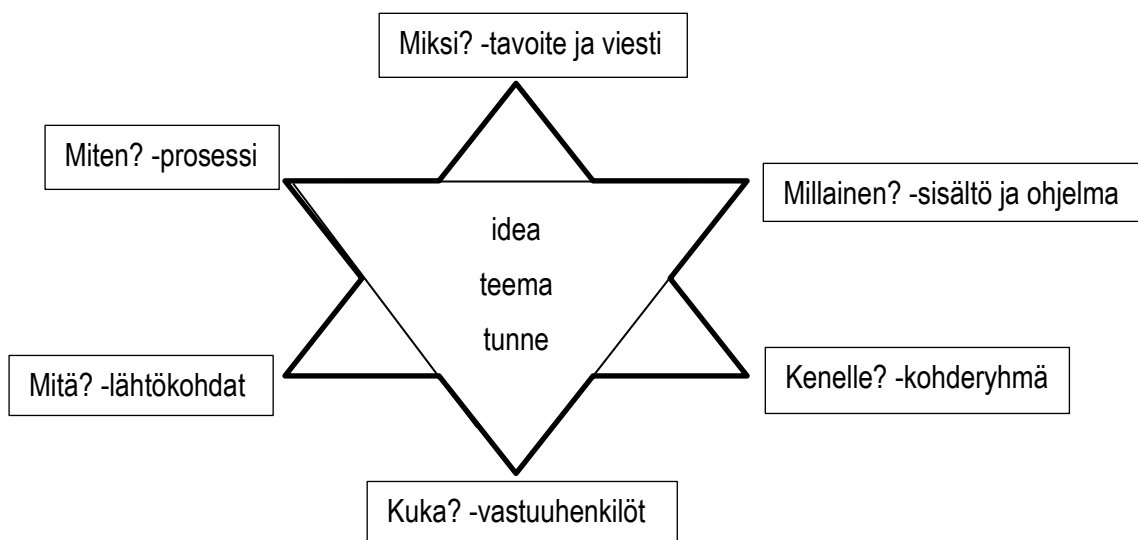
Haasteellisimpia sarjoja täyttää ovat olleet pääasiassa naisten sarjat. Miesten sarjoihin osallistujia on löytynyt paljon jo omasta takaa, sillä Vaalassa on hyvät mahdollisuudet harjoitella beach volleyta. Osallistujien vaihtelevan määrän takia tätä tutkimusta lähdettiin tekemään, jotta saadaan tietää, mistä nämä määrien vaihtelut mahdollisesti johtuvat.

2.2 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtuman järjestäminen on kolmivaiheinen prosessi, jonka vähimmäiskesto yleisesti on kokonaisuudessaan pari kuukautta. Sen vaiheita ovat suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Mikäli tapahtumaprosessiin käytetään vähemmän aikaa, yleensä tällöin tapahtuman laatu ja toteutus kärsii. Kun tapahtumaa järjestetään kiireellä ja lyhyellä aikataululla, saatetaan joutua karsimaan alkuperäisistä ideoista, esimerkiksi paikasta tai esiintyjistä. Mitä pidempi aika prosessiin käytetään, sitä parempi tapahtuma asiakkaille saadaan järjestettyä. (Vallo & Häyrinen 2016, 189.)

Tapahtuman järjestämisessä on tärkeää huomioida, mitkä asiat vaikuttavat tapahtuman tunnelmaan positiivisesti. Tapahtuman tulee olla sujuva, joten harjoitukset ennen tapahtumaa eivät ole haitaksi. Tapahtuman tunnelmaa positiivisesti kohottavat pienet yksityiskohdat sekä muut yllätykset. Kaikki puitteiden yksityiskohdat tulee ottaa huomioon tapahtumassa, kuten tilan sisustus, sen tulee olla houkutteleva, mutta se ei saa peittää kaikkea muuta alleen. Se, kuinka hyvin tapahtuman ohjelma ja muu sisältö kohtaa osallistujat, nostattavat tunnelmaa, kuten myös kuinka tapahtuman isännöinti tapahtuu. Kun tapahtuman kutsuissa on esitelty tapahtuman teema, sen tulee näkyä myös itse tapahtumassa. Joka tilanteessa tapahtuman vastuuhenkilön tulee olla tilanteen tasalla sekä pystyä ratkaisemaan mahdollisia ongelmatilanteita. (Vallo & Häyrinen 2016, 292.)

2.2.1 Onnistuneen tapahtuman malli®



KUVIO 2. Onnistuneen tapahtuman malli®

Tapahtumaa lähdetään miettimään strategisen kolmion kysymysten avulla, näihin kysymyksiin vastaamalla löydetään tapahtuman idea. Idea luo perusajatuksen tapahtumalle, jonka ympärille tapahtuman eri osiot rakentuvat. On myös tapahtumia, joiden idea on korvattu teemalla, joka näkyy jokaisessa vaiheessa, jopa jälkityöskentelyssä. Onnistunut tapahtuma kuitenkin tarvitsee muutakin kuin teeman. On tapahtuma sitten rakennettu teeman tai idean ympärille, sen tulee näkyä selkeästi tapahtumassa. Tämän jälkeen on vuorossa operatiiviset kysymykset, jotka auttavat itse tapahtuman suunnittelussa. (Vallo & Häyrinen 2016, 293-294.)

Kun lähdetään miettimään tapahtuman järjestämistä, aloitetaan strategisen kolmion kysymyksillä. Pääpiirteiltään kysymykset ovat miksi, mitä ja kenelle. Tarkempia kysymyksiä ovat esimerkiksi

miksi järjestetään, kenelle järjestetään, mitä, missä ja milloin järjestetään. Miksi-kysymyksen vastaus kertoo tapahtuman tavoitteesta ja viestistä, mitä tapahtumalla halutaan viestiä osallistujille. Jotta on järkevää järjestää tapahtuma, tulee tämän kysymyksen vastaus löytyä helposti, niin tapahtumalla on silloin selkeä tavoite. Kenelle-kysymys taas paljastaa kohderyhmän. Tämän kysymyksen vastaus helpottaa esimerkiksi sisällön suunnittelussa, jotta tapahtuman sisältö kohtaa kohderyhmän mielenkiinnon, ja tapahtuman tavoite saadaan täytettyä. Kun nämä on selvitetty, on vuorossa mitä, missä ja milloin -kysymykset. Näiden kysymysten avulla löydetään tapahtuman lähtökohdat. Näiden kysymysten avulla saadaan aikaan tapahtuman aika, paikka sekä tyyli. Saadaan hahmotelma, millainen tapahtuma halutaan osallistujille järjestää. Tapahtumapaikan tulee olla osallistujien helposti saavutettavissa. (Vallo & Häyrinen 2016, 121-122.)

Kun perusajatus tapahtumalle on löydetty strategisella kolmiolla, lähdetään tapahtumaa suunnittelemaan operatiivisten kysymysten kolmion avulla. Operatiivisten kysymysten avulla saadaan kiinnitettäväksi tapahtuman järjestämisestä, ja siihen liittyvistä kulmakivistä. Yleisellä tasolla kysymykset ovat miten, millainen sekä kuka tai ketkä. Tarkentavia kysymyksiä ovat esimerkiksi, miten järjestetään, millainen sisältö tai ohjelma tapahtumaan tulee sekä kuka tai ketkä isännöivät tapahtuman. Operatiivisissa kysymyksissä lähdetään liikkeelle miten-kysymyksellä, tämän kysymyksen vastaus kertoo tapahtumaprosessista. Tämän kysymyksen vastauksen avulla tehdään tapahtumaprosessi, jossa määritellään, mitä tehdään missäkin järjestämisvaiheessa, kuka tekee ja mitä, kuinka tapahtuma järjestetään, miten osallistujille saadaan idea tai teema näkymään. Seuraavaksi tulee kysymys ”millainen”, jonka vastauksilla löydetään tapahtuman sisältö ja ohjelma. Ohjelmaa suunniteltaessa tulee ottaa kohderyhmä huomioon, jotta ohjelman sisältö sopii juuri heille. Tämän jälkeen päästään miettimään kuka tai ketkä -kysymystä, jossa määritetään, kuka on vastuussa ja mistä. Tapahtuman onnistumisen kannalta on tärkeää löytää tapahtuman järjestämiselle projektipäällikkö, kuka on järjestämisen avainhenkilö. Projektipäällikön puoleen käännetään kaikissa järjestämistä koskevissa tilanteissa. (Vallo & Häyrinen 2016, 125-127.)

Strateginen ja operatiivinen kolmio muodostavat yhdessä kuusisakaraisen tähden, Onnistuneen tapahtuman mallin®, jonka sakaroiden tulee olla keskenään tasapainoisia. Tapahtuma on herkästi tasapainoton, mikäli jokin sakaroista tai toinen kolmiosta dominoi toista. Tasapainottomassa tapahtumassa yksi osa-alue toimii hyvin, ja toinen ei toimi ollenkaan. Osallistujille jää herkästi juuri toimimaton osa-alue mieleen, vaikka kaikki muut osa-alueet toimisivatkin. (Vallo & Häyrinen 2016, 127.)

2.2.2 Suunnitteluvaihe

Tapahtuman järjestämisessä suunnitteluvaihe vie eniten aikaa. Se kuinka paljon suunnittelu vie aikaa, riippuen tapahtuman laajuudesta sekä tyypistä. Tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan hyvissä ajoin ennen tapahtuman ajankohtaa, jotta mahdollisimman moni yksityiskohta pystytään ottamaan huomioon. (Vallo & Häyrinen 2016, 191.)

Jotta kaikki tapahtuman toteutuksessa mukana olevat saavat tiedon omista osa-alueistaan tapahtumassa, heidät on otettava toimintaan mukaan jo suunnitteluvaiheessa. Kun kaikki tapahtumaa järjestävät henkilöt ovat mukana tapahtuman järjestämisessä alusta alkaen, saadaan useita eri ideoita sekä näkökulmia tapahtuman järjestämiseksi. Tällä tavoin kaikki tapahtuman järjestäjät sitoutuvat tapahtumaan sekä sen onnistumiseen. Suunniteltaessa tulee pystyä näkemään koko tapahtuma alusta loppuun, mitä tapahtuu milloinkin. Tämän avulla pystytään varautumaan mahdollisiin puutteisiin sekä yllätyksiin, jotka eivät välttämättä ole niin haluttuja. (Vallo & Häyrinen 2016, 191.)

Vallon ja Häyrisen (2016, 192) mukaan tapahtumaa suunniteltaessa tapahtumatuotanto jaetaan kolmeen eri osa-alueeseen: tapahtuman sisällölliseen, tekniseen sekä kaupalliseen tuotantoon. Näistä tapahtuman sisällöllinen tuotanto -osa-alue sisältää nimenomaisesti itse tapahtuman suunnittelua, esimerkiksi ulkoasun, tapahtuman kulun, tapahtuman perusajatuksen, tapahtuman palveluiden sekä strategisen suunnittelun. Strateginen suunnittelu pitää sisällään tapahtuman tavoitteiden määrittelyn. Näiden avulla päästään kiinni, mitä tapahtuma pitää sisällään. (Vallo & Häyrinen 2016, 192.) Esimerkiksi Vaala Beach Volleyssa tapahtuman sisältö sekä perusajatus on pitkälti vuosittain sama. Tapahtuma on keskittynyt beach volleyn ympärille, jolloin tapahtuman kulku määräytyy pelaajamäärän perusteella. Tapahtuman suurin palvelu on itse pelien tarjonta, tämän lisäksi tapahtumassa on ravintolateltilta, josta löytyy niin yleisölle, pelaajille kuin järjestäjillekin ruokaa sekä virvoitusjuomia ja iltaisin myös musiikkiohjelmia.

Seuraavana osa-alueena on tapahtuman tekninen tuotanto, joka pitää sisällään tapahtumasuunnittelusta sen osan, mikä ei suoranaisesti osallistujille näy. Tapahtuman teknistä tuotantoa ovat esimerkiksi tapahtumapaikan valinta ja suunnittelu, tapahtumarakenteiden suunnittelu, ympäristösuunnitelma, tekniikan suunnittelu, tapahtumaan vaadittavien lupien hankinta, pelastus- ja turvallisuussuunnitelmat, tapahtuman rakentamisen ja purkamisen sekä tapahtuman järjestämisen aikataulun suunnittelu. Tekninen tuotanto on tapahtumajärjestäjän sisäistä suunnittelua, jonka tehtävät

hoidetaan pääasiassa ennen itse tapahtumaa, osa tapahtuman jälkeen, kuten purkaminen. (Vallo & Häyrinen 2016, 193.)

Vaala Beach Volleystä tapahtumapaikka on ollut aina sama, mutta pieniä muutoksia itse tapahtuma-alueella on tehty ennen vuoden 2017 tapahtumaa. Osallistujien on helppo palata Vaalaan pelaamaan beach volleyta, kun tapahtuma-alue on heille jo ennestään tuttu. SM-kiertueen tultua mukaan Vaala Beach Volley -tapahtumaan, rannalle on tehty suuria muutoksia, jotta pääkenttä katsomoineen saadaan tapahtuman keskipisteeksi. Muutosten myötä rannan keskeisimmälle alueelle saadaan rakennettua pääkentän lisäksi kolme muuta SM-osakilpailussa käytettävää kenttää. Tapahtumarakenteita, jotka rakennetaan tapahtumaa varten, ovat kenttien verkot, rajamerkinnot, kisatoimisto- ja ravintolateltilta sekä pääkentän katsomo. Tapahtumaa varten tulee hankkia maanomistajan lupa pitää tapahtuma hänen alueella, sekä Poliisille tulee tehdä ilmoitus yleisötapahtumasta. Aluehallintovirastolta haetaan anniskelulupa ravintolateltiltaa varten. Anniskelulupaan tarvitaan esimerkiksi vuokrasopimus alueesta maanomistajan kanssa, millä voidaan todistaa järjestäjän hallintaoikeus alueeseen. Näihin lupiin ja ilmoituksiin tarvitaan myös ympäristösuunnitelma. Palokunnalle tehdään pelastus- ja turvallisuussuunnitelmat ennen tapahtumaa. Tekniikkaa tapahtumassa vaaditaan sen verran, että harrastesarjojen tulospalvelu toimii Excel-taulukoilla tietokoneella, josta tulostetaan ulos sarjataulukot sekä jatkopelien aikataulut. Tämän lisäksi kisatoimistoteltassa on kaiuttimet sekä äänentoisto, jonka kautta osallistujille ja yleisölle tarjotaan musiikkia läpi viikonlopun, ja väliaikatietojen kuulutus toimii samasta pisteestä. Koska tapahtuma omaa pitkän historian, on tapahtuman rakentaminen ja purkaminen jo lähes itsestään tapahtuva osa-alue. Saman porukan järjestäessä tapahtuma vuosittain uudelleen, jokainen tietää, mitä tehdään milloinkin ja kuka tekee. Tapahtuman aikataulut tehdään, kun ilmoittautuminen on sulkeutunut, jonka jälkeen päästään tekemään lohkojakoja. Kun lohkojaot ovat valmiit, ne lähetetään sähköpostitse harrastesarjojen tulospalvelun pyörittäjälle, joka tekee aikataulut Excel-taulukon avulla.

Kolmas tapahtumatuotannon osa-alue on kaupallinen tuotanto. Kaupallisessa tuotannossa suunnitellaan tapahtuman budjetti ja muut tapahtuman tunnusluvut, tavoitteet, mittarit ja kuinka mitataan, kohderyhmät ja segmentointi, verkkosivut, kutsut ja kutsuminen, markkinointisuunnitelma, sosiaalinen media sekä yhteistyö- ja sponsorointikumppanuudet. Tämä tapahtumatuotannon osa-alue käsittää toiminnot, jotka suunnitellaan ennen tapahtumaa järjestäjän sisäisesti. Nämä asiat eivät varsinaisesti näy osallistujille ulospäin. (Vallo & Häyrinen 2016, 193.)

Vaala Beach Volley -tapahtuman kohderyhmänä ovat erityisesti beach volley -pelaajat, joita varten tapahtuma järjestetään. Tämän lisäksi tapahtuman järjestämisessä on otettu huomioon yleisö, joille järjestetään oheisohjelmaa pelien seuraamisen lisäksi. Tapahtumalla on omat verkkosivut, joista löytyy aina tuorein tieto sen hetkisestä tilanteesta, esimerkiksi harrastesarjojen ilmoittautumislance. Verkkosivuilla löytyy myös tapahtuman historia, sekä yhteistyökumppanit sekä sponsorit. Pelaajien kutsu on yleinen, eikä sitä lähetetä varsinaisesti kenellekään suoraan, ilmoittautumissivu jaetaan tapahtuman Facebook-sivulla, kun ilmoittautuminen avataan. Ainoastaan tapahtuman yhteistyökumppaneille sekä sponsoreille lähetetään kutsut, ilmaisten tarjoilulipukkeiden kera, saapua seuraamaan tapahtumaa paikanpäälle. Markkinointi Vaala Beach Volleyssä tapahtuu pääosin sosiaalisen median välityksellä, josta osallistujat tavoitetaan helpoiten. Juuri ennen tapahtumaa tienvarteen pystytetään iso mainoskyltti, joka ohjaa risteyksestä kohti tapahtumapaikkaa. Sosiaalinen media on Vaala Beach Volley -tapahtumassa suuressa osassa, sillä tapahtuma on valjastanut käyttöönsä Facebookin lisäksi Instagramin sekä Snapchatin, josta tapahtuman kulkua voi seurata. Tapahtumaan hankitaan yhteistyökumppaneita, joiden mainoksia laitetaan tapahtuman käsiohjelmaan, verkkosivuille ja Facebook-sivulle, sekä pääyhteistyökumppaneiden mainokset ovat esillä myös pääkentän reunoilla. Sorsan (sähköpostiviesti 6.11.2018) mukaan Vaala Beach Volley -tapahtuma on tässä mittakaavassa niin suuri, että tulevaisuuden tavoitteina ei tällä järjestäjämäärällä ole lähteä laajentamaan tapahtumaa. Yksi suurimpia yhteistyökumppaneita on paikallinen tavara-kauppa, joka avaa viikon ajaksi ostotilin tapahtumaan liittyviä ostoksia varten, johon voi käydä ostamassa harrastesarjojen palkintoja sekä muita tarvikkeita tapahtumaa varten. Viikon aikana keretyneestä summasta kyseinen yritys sponsoroi tapahtumalle sovitun summan, ja loput summasta tapahtuman järjestäjä maksaa itse.

Tapahtumaa suunniteltaessa pitää ottaa huomioon, että tapahtumapaikka soveltuu tapahtuman luonteeseen. Vaikka harvoin tapahtumapaikka sellaisenaan on tapahtumalle sopiva, pienellä koristelulla ja järjestelyllä paikasta voidaan saada toimiva. Tapahtumapaikassa tulee huomioida tapahtuman aikana, että kaikki pienetkin yksityiskohdat on otettu huomioon, kuten esimerkiksi wc-paperin riittävyys. Tapahtumapaikan yleisilmeen tulisi olla siisti sekä loppuun ajateltu ja suunniteltu, mahdolliset tupakkapaikat selvästi merkittyinä tuhkakuppeineen, pukuhuoneet sekä vessat, jotka ovat siistittyjä tapahtumaa varten. Tapahtumapaikka antaa ensivaikutelman tapahtumasta osallistujille, sillä se on varsinaisesti ensimmäinen asia minkä he huomaavat tullessaan paikalle. (Vallo & Häyrinen 2016, 169-171.)

Vaala Beach Volleyssä tapahtumapaikka on ollut sama jo vuosien ajan, ja se on todettu toimivaksi paikaksi tälle tapahtumalle. Kaikki pelikentät sekä ravintola- ja kisatoimistoteltta mahtuu hyvin alueelle, alueella on valmiiksi jo kioskirakennus, jossa on sauna, vessat sekä omat pukuhuoneet suihkuineen miehille ja naisille. Kioskirakennuksesta huolehtii kioskin ylläpitäjä, jonka tehtävänä on tarkistaa, että vessoissa on tarpeeksi paperia sekä pukuhuoneet ovat siistejä pelaajia varten. Heidän tehtävänä on myös huolehtia, että roskakorit tyhjennetään tarvittavan usein.

2.2.3 Toteutusvaihe

Tapahtuman toteutusvaihe jaetaan kolmeen osioon: rakennusvaiheeseen, tapahtumaan sekä purkuvaiheeseen (Vallo & Häyrinen 2016, 199). Toteutusvaiheessa tulee seurata tapahtuman järjestymistä, mitä tapahtuu milloinkin. Tätä varten on hyvä tehdä suunnitelma, jossa on välitavoitteita, mitä tulee olla valmiina ja milloin. Jotta tapahtuma saadaan toteutettua halutulla tavalla, tapahtuman johtajan tulee olla koko ajan kartalla kokonaiskuvasta, että hän saa johdettua tapahtuman muita järjestäjiä kohti tavoitteita. (Ehkäisevä päihdetyö EHYT ry 2015, 7.)

Toteutusvaihe lähtee liikkeelle tapahtuman rakennusvaiheella, tällöin tapahtumapaikkaan rakennetaan tapahtumaa varten kulissit ja rekvisiitta. Kuten jokainen muukin vaihe tapahtumaa varten, myös rakennusvaihe on suunniteltava etukäteen, jotta kaikki saadaan rakennettua sujuvasti. Kuitenkin verrattuna tapahtumaan itsessään tai purkuvaiheeseen, rakennusvaihe vie tuplasti aikaa. Tapahtuman musiikkilista pitää kasata ennen tapahtumaa, jotta tapahtuman alkaessa yleisölle ja osallistujille saadaan mukava tunnelma alusta asti. Musiikki tulee valita teemaa ajatellen, jotta saadaan aikaan viihtyisiä tapahtumia. (Vallo & Häyrinen 2016, 199, 207.)

Vaala Beach Volleyssä tapahtumaviikolla rannalle rakennetaan teltat, sekä kentille tehdään rajamerkinnyt ja verkot asennetaan paikoilleen. Telttojen lisäksi ravintolatelttaan kasataan kalusto paikoilleen, sekä kisatoimistotelttaan tuodaan sinne kuuluvat pöydät. Ravintolateltan ympärille kasataan aita, joka rajaa anniskelualueen muusta tapahtuma-alueesta. Tapahtuman alkamispäivänä kisatoimistotelttaan tuodaan tekniikkavälineet, kuten tietotekninen- sekä äänentoistolaitteisto. Koska tapahtuma alkaa perjantaina vasta iltapäivällä, on alkupäivä aikaa testata, jotta kaikki järjestelmät toimivat halutulla tavalla. Musiikkilistan teko on annettu tehtäväksi etukäteen, jotta kun tapahtuma käynnistetään perjantaina, musiikki saadaan soimaan alusta asti, ja tunnelma oikeanlaiseksi.

Tapahtuma tarvitsee alkuun hyvän aloituksen sekä selkeän lopun, kun näiden välillä kaikki tapahtuu suunnitellun aikataulun mukaan. Aikataulun rakentaminen sekä siinä pysyminen riippuu tapahtuman tyypistä. Kun aikataulu alkaa pettää, tapahtuman projektipäällikkö on henkilö, joka päättää mitä ongelmatilanteissa tehdään. Yleensä tapahtumissa on osallistujille jaettavaa materiaalia, kuten esimerkiksi ohjelma tai esitteitä. Jotta osallistujien on helppo osallistua tapahtumaan, tulee opasteiden olla selkeitä sekä niitä tulee olla riittävästi matkan varrella. Ilmoittautumispisteen tulee olla selkeästi löydettävissä, jotta osallistujat tietävät, mistä saadaan mahdolliset nimikyltit, muu materiaali sekä lisäohjeistus. Kun osallistujat ilmoittautuvat saapuessaan, järjestäjä tietää jälkimarkkinointia varten ketkä ilmoittautuneet saapuivat, ja ketkä eivät. (Vallo & Häyrinen 2016, 201-202, 209, 211-212.)

Vaala Beach Volleyssä virallisesti tapahtuma alkaa, kun ensimmäiset pelit perjantaina starttaavat, ja loppuu, kun finaalit on pelattu ja voittajat palkittu. Jo tässä vaiheessa kiitetään yleisöä sekä osallistujia, jotka ovat paikalla. Aikataulu rakennetaan pelaavien parien määrän mukaisesti, mutta viivästyksiä sattuu lähes poikkeuksetta, sillä kyseessä on urheilutapahtuma. Aikataulu mietitään etukäteen tarkasti, jotta peliaikaa olisi tarpeeksi, mutta siitä huolimatta urheilutapahtumassa tulee viivästyksiä. Alkuserjojen jälkeen on varattu tauko, jonka aikana jatkopelit saadaan selvitettyä. Vaala Beach Volleyssa osallistujille jaetaan otteluohjelma, jossa on alkulohkojen ohjelma, tapahtuma-alueen kartta, tiedotteita sekä yhteistyökumppaneiden mainoksia. Ilmoittautumispiste sijaitsee kisatoimistossa, joka on heti rannalle saavuttaessa helposti löydettävissä. Osa osallistujista maksaa osallistumismaksut etukäteen verkkopankissa, mutta jotka maksavat käteisellä, maksavat sen kisatoimistoon ennen ensimmäistä peliään. Kisatoimistosta he saavat myös otteluohjelman, jonka avulla he löytävät oikeat kentät ja omat pelinsä. Jatkopelien aikataulu löytyy kisatoimiston vieriseltä seinältä, mutta peliparit selviävät alkulohkojen jälkeen. Kun osallistujat käyvät ilmoittautumassa, järjestäjä tietää, ovatko kaikki pelaajat saapuneet paikalle, ja ketkä puuttuvat.

Kun tapahtuma on ohi, järjestäjällä on paljon asioita tehtävänä. Viimeisenä vaiheena tapahtuman toteuttamisessa on tapahtuman purkaminen. Tapahtuman päätyttyä järjestäjän tulee purkaa kaikki rakenteet ja siivota tapahtuma-alue. Jo ennen tapahtumaa, tulee päättää ketkä purkavat, mitä ja milloin. (Tapahtumakaupunki Jyväskylä 2016, 21.)

Vaala Beach Volleyssa tapahtuman purku tapahtuu välittömästi viimeisen pelin päätyttyä. Kun sunnuntaisin enää pelataan ainoastaan SM-osakilpailun loppupelejä, voidaan harrastesarjojen kenttien purku aloittaa heti sunnuntaiaamuna. Kun sunnuntain viimeinen SM-sarjan finaali saadaan päätökseen, aloitetaan teltojen, katsomon sekä loppujen kenttien purku. Kun tapahtumaa järjestämässä on tarpeeksi talkooväkeä, rakentaminen ja purkaminen tapahtuvat erittäin nopeasti. Erityisesti purkaminen tehdään parhaimmillaan saman illan aikana, kun jokainen järjestämässä ollut henkilö osallistuu tapahtuman rakenteiden purkamiseen.

2.2.4 Jälkimarkkinointivaihe

Jälkimarkkinointivaiheeseen kuuluu kuusi osa-aluetta, joista neljä sopivat urheilutapahtuman luonteeseen, joiden avulla annetaan tapahtumaan osallistuneille hyvä viimeinen muisto sekä oppeja seuraavia tapahtumia varten. Näin saadaan järjestäjäorganisaatiolle kasattua iso osaamispääoma, jonka pohjalta voidaan jatkossa järjestää tapahtumia. Kun tapahtumaan osallistuneet saavat tapahtumasta viimeiseksi muistoksi hyvän, ja he tuntevat itsensä arvostetuiksi, on todennäköistä, että he jatkossakin osallistuvat järjestäjän tapahtumiin. Neljä urheilutapahtumaan sopivaa osa-aluetta, joista jälkimarkkinointivaihe koostuu ovat: kiitokset osallisille, materiaalien toimitus, palaute sekä tapahtuman yhteenveto. (Vallo & Häyrinen 2016, 220-221.)

Koska tapahtuman toteuttamiseen liittyy paljon ihmisiä, heitä kaikkia tulee kiittää, kun tapahtuma on ohi. Kiitetään kaikkia yhteistyökumppaneita, esiintyjä, osallistujia, talkoolaisia sekä muuta työvoimaa, joita tapahtuman järjestäminen vaatii. Kiitokset ovat paikallaan varsinkin, jos tapahtuman tavoite on saatu täytettyä tai jopa ylitettyä, tällöin voi lähettää jopa konkreettista kiitosta, kuten kukkia. Onnistunut tapahtuma tarvitsee saumatonta yhteistyötä kaikkien henkilöiden välillä, ketkä jälkeenpäin kaipaavat isot kiitokset. (Vallo & Häyrinen 2016, 221.)

Vaala Beach Volleyssä ensimmäiset kiitokset annetaan jokaisen sarjan palkintojen jaon yhteydessä, kiitetään sarjassa pelanneita henkilöitä osallistumisesta tapahtumaan. Viimeisen palkintojen jaon aikana kiitetään kaikkia paikalla olevia, pelaajia, yleisöä sekä talkoohenkilöitä. Tämän lisäksi tapahtuman jälkeen kaikkia kiitetään vielä sosiaalisessa mediassa. Tänä vuonna tapahtuman Facebook-sivulla kiitettiin kaikkia sponsoreita ja yhteistyökumppaneita lisäämällä heidän yrityksensä logo tai yritykseen muuten liittyvä kuva sivulle kiitosten kera.

Mikäli tapahtuman järjestäjä tuntee tarvetta kiittää osallistuneita jollain konkreettisella tavalla, tällöin heitä voidaan kiittää joko liikelahjalla tai muulla muistolla tapahtumasta. Tällaisen kiitoksen tulee olla tapahtuman teemaan sopiva, pieni lahja, joka voidaan antaa saapuessa, poistuttaessa tai jälkeinpäin lähetettynä. Mikäli kiitoslahja lähetetään jälkikäteen, se tulee toimittaa viimeistään kahden viikon kuluttua tapahtuman päätöksestä. Tämän tyyppin lahjat ovat vähentyneet tapahtumista. Uusi tapa antaa lahja osallistuneille on heille jaettavat koodit, joilla he voivat jälkikäteen esimerkiksi lunastaa ilmaisen kirjan verkkokaupasta. (Vallo & Häyrinen 2016, 222-223.)

Koska Vaala Beach Vollebyssä on kyse urheilutapahtumasta, siellä palkitaan jokaisen harrastesarjan kolme parasta joukkuetta. Nämä joukkueet saavat pokaalien sijasta Vaala-mukit sekä käytännölliset tavarapalkinnot. Vaala-mukit muistuttavat osallistujia myöhemmin sekä hyvästä turnausmenestyksestä että itse tapahtumapaikasta. Osalla osallistujista on Vaala-mukikokoelma, sillä he ovat osallistuneet hyvällä menestyksellä vuosittain tapahtumaan.

Kun asianosaisia on kiitetty tarpeen vaatimalla tavalla, on aika kerätä palautetta tapahtumasta. Kun tapahtumasta saadaan palautetta, sitä analysoimalla saadaan isoja oppeja tulevia tapahtumia varten. Näin löydetään tapoja parantaa tapahtumaa jatkossa osallistujille mieleisemmäksi, kun tiedetään, mistä asianosaiset pitävät ja mitä kannattaa välttää. Palautetta voidaan kerätä niin kirjallisesti kuin suullisestikin, puhelimitse henkilökohtaisesti, sähköpostilla tai sähköisellä palautelomakkeella. Palaute kannattaa kerätä heti tapahtuman jälkeen, jolloin kaikki asiat tapahtumasta ovat vielä tuoreessa muistissa. Suullista palautetta kannattaa kerätä jo tapahtuman aikana kyselemällä ihmisten mielipiteitä. Nämä kommentit kannattaa kirjoittaa ylös, etteivät ne unohdu. Palautekysymyksiä kannattaa olla sellaisia, joiden avulla saadaan mahdollisimman helposti kattava kuva asianosaisten kokemuksista tapahtumassa. Palaute on hyvä kerätä niin osallistujilta, isänniltä kuin tapahtuman tekijöiltä itseltään. (Vallo & Häyrinen 2016, 224-227.)

Aiempina vuosina Vaala Beach Vollebyssä palautetta on kerätty suullisesti tapahtuman aikana. Tämän lisäksi vuonna 2017 Suomen Lentopalloliitto järjesti SM-osakilpailun pelaajille sähköisen palautelomakkeen, joka toimitettiin tapahtuman kilpailuvastaavalle. Järjestäjän toimesta palautetta ei ole muuten kerätty, mutta pitkän historian vuoksi järjestäjät ovat tulleet tutuiksi myös tapahtuman ulkopuolella, jolloin heille kerrotaan palautetta myös jälkikäteen. (Sorsa, sähköpostiviesti 6.11.2018.)

Kun palaute on kerätty, ja analysoitu esitettävään muotoon, on yhteenvetopalaverin aika. Palaverissa käydään, palautteen lisäksi, läpi koko tapahtuman kulku ja sen onnistuminen. Tästä syystä palaveri on käytävä mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen, kun tapahtuma on vielä tuoreessa muistissa. Tapahtuman suunnitteluun ja järjestämiseen kuluu erittäin paljon aikaa, joten tapahtuman viimein päätyttyä, järjestäjät usein haluavat siirtää tapahtuman pian menneeseen ja keskittyä tuleviin haasteisiin. Yhteenveto tapahtumasta on suositeltavaa tehdä kirjallisena, jotta saadaan organisaation sisäinen työkaludokumentti siitä, mitkä osa-alueet onnistuivat ja mitkä kaipaavat parannusta. Yhteenvetopalaverissa asiat kannattaa esittää hampurilaismallilla: ensin hyviä asioita, sitten huonot asiat ja lopuksi vielä hyviä asioita. Näin palaverista jää hyvä mieli. Vaikka tapahtumassa itsessään olisi pieniä virheitä, eikä kaikki olisi mennyt suunnitelmien mukaan, palaverin läpikäynti antaa tapahtumalle ammattimaisen lopun. Näin kaikki asiat käsitellään kunnolla, eikä kenellekään jää mitään mielenpääle, ja opitaan virheistä parhaiten tulevaa varten. (Vallo & Häyrinen 2016, 228-229.)

Vaala Beach Volleyssa tapahtuman yhteenveto tehdään heti tapahtuman päätyttyä järjestäjien yhteisessä illanvietossa. Varsinaista erillistä palaveria ei järjestetä, mutta järjestäjät käyvät tapahtuman läpi heti tapahtuman päätyttyä, sekä myöhemmin muissa järjestäjän sisäisissä tapahtumissa. (Sorsa, sähköpostiviesti 6.11.2018.)

2.2.5 Sosiaalinen media ja markkinointi

Sosiaalinen media on suuressa roolissa tapahtumien viestinnässä ja markkinoinnissa. Sosiaalinen media on tuonut kuluttajat lähemmäs organisaatioita, jolloin kuluttajista on tullut avoimempia, vaikutusvaltaisempia sekä aktiivisempia entiseen verrattuna. Sosiaalista mediaa on siis kannattava käyttää hyödyksi esimerkiksi tapahtumien markkinoinnissa ja muutenkin tapahtumien järjestämisessä, se avaa työkalut jokaiseen prosessivaiheeseen. (Vallo & Häyrinen 2016, 102.)

Koska sosiaalisen median kanavia on useita, sopiva kanava ja käyttötapa löydetään kohderyhmän ja tapahtuman tavoitteen avulla. Pientenkin tapahtumien menestystä voidaan kasvattaa onnistuneella sosiaalisen median markkinoinnilla. (Vallo & Häyrinen 2016, 103.) Hyvänä esimerkkinä somemarkkinoinnista Vaala Beach Volleylle tehdään vuosittain Facebookiin erillinen tapahtuma virallisen Facebook-sivun lisäksi, mitä jakamalla saadaan tietoa levitettyä mahdollisimman laajalle alu-

eelle. Vaala Beach Volleyllä on käytössä myös Instagram-sivu, jota päivitetään ahkerasti tapahtuman alla sekä aikana. Tapahtumalla on käytössä myös Snapchat-kanava, jota päivitetään tapahtuman aikana. Pääasiassa tapahtuman markkinointi tapahtuu sosiaalisen median kautta.

Erittäin isoksi hitiksi sosiaalisessa mediassa on kasvanut livestriimaus, jolloin tapahtumasta lähetetään videota suorana lähetyksenä tapahtuman tai organisaation sivuilla. Lähetys tallentuu sivuille, josta sen voi halutessaan käydä katsomassa myöhemmin, jos ei suorana kerkeä katsomaan. Ennen livelähetystä järjestäjän pitää tarkistaa, että kaikki tekniikka ja yhteydet toimivat sujuvasti. (Vallo & Häyrinen 2016, 106.) Vaala Beach Volleissä livelähetykset lähetetään tapahtuman Facebook-sivun kautta, johon ne tallentuvat myöhempää katselua varten. Koska tapahtumassa pyörii yhtä aikaa niin monta peliä, sieltä lähetetään suorana tärkeimmät pelit sunnuntaina. Niiden lähetystä on toivottu, sillä kaikki halukkaat eivät ole paikanpäälle päässeet tapahtumaa katsomaan.

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Jokaisella ihmisellä on omat mielipiteensä, joten eri ihmisillä on erilaisia odotuksia yrityksen suhteen. Koska odotukset ovat erilaisia, myös kokemukset yrityksistä ovat jokaisella erilaisia. Asiakastyytyväisyys koostuu lähes pelkästään asiakkaan omakohtaisista kokemuksista yrityksessä, joten sen voidaan ajatella liittyvän suuresti juuri koettuun hetkeen. Joka kerta asiakkaan ollessa yhteydessä yritykseen, sen pitää saavuttaa asiakkaan tyytyväisyys yrityksen palveluun. (Rope & Pöllänen 1998, 58-59.)

Voidaankin siis ajatella yksinkertaisesti, että asiakastyytyväisyys muodostuu jokaisen ihmisen kohdalla hänen odotuksistaan ja kokemuksistaan, miten kokemukset toteuttavat odotukset. Jokaisen yrityksen tulee tuntea asiakkaansa, jotta he voivat palvella asiakkaitaan niin, että asiakkaat ovat tyytyväisiä saamaansa palveluun. Asiakastyytyväisyys liittyy suuresti asiakaskokemuksen johtamiseen, jonka kautta luodaan asiakkaille merkityksellisiä kokemuksia, jotta he haluavat asioida yrityksen kanssa jatkossakin. Asiakkaitaan arvostava yritys pyrkii jatkossakin ylläpitämään ja kehittämään suhteitaan asiakkaisiinsa. Tarkoituksena on asiakkaille arvon tuottaminen sekä asiakkuuksien kannattavuus, joista muodostuu molemmille osapuolille tyytyväisyyttä. (Levänen 2018, viitattu 6.11.2018.) Koska asiakastyytyväisyys on riippuvainen jokaisesta asiakkaasta, se tarkoittaa jokaisen asiakkaan kohdalla eri asiaa. Se voi olla toimitusaika, hinta, vaatimukseen vastaus, luotettavuus, ammattimaisuus, vastaaminen asiakkaan pyyntöihin ja mukavuus, tai vastaavasti kaikkien näiden osa-alueiden yhdistelmä. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa suuresti tuotelaatu, jonka nämä osa-alueet muodostavat. (Kokkonen 2006, viitattu 7.11.2018.)

3.1 Asiakastyytyväisyyden peruselementit

Asiakastyytyväisyys koostuu kahdesta peruselementistä: asiakkaista sekä tyytyväisyydestä. Ilman näiden käsittelyä ei voida varsinaisesti puhua asiakastyytyväisyydestä. Elementit kuulostavat yksinkertaisilta ja itseselviltä, mutta ne sisältävät monia ulottuvuuksia. (Rope & Pöllänen 1998, 26.)

Näiden elementtien ymmärtäminen auttaa organisaatioita saavuttamaan jokaisen organisaation suurimman päämäärän, eli asiakkaiden tarpeiden tyydyttämisen. Vaikka jokaisen organisaation suurin päämäärä tulee olla asiakastyytyväisyys, ei heidän kuitenkaan tule luopua kilpailukyvystään

ja näin päätyä voittoa tuottamattomaksi. Mutta asiakastyytyväisyys on se, jota jokaisen organisaation tulee tavoitella. (Kokkonen 2006, viitattu 7.11.2018.)

3.1.1 Asiakas -elementti

Yleisesti asiakkaalla tarkoitetaan kuluttajaa, joka on joko henkilö tai toinen organisaatio riippuen markkinasta, minkä kanssa myyjäorganisaatiolla on asiakassuhde. Tällöin henkilö tai ostajaorganisaatio on hyödyntänyt myyjäorganisaation palveluita, jolloin kuluttajan ja myyjäorganisaation välille on syntynyt asiakassuhde. Mutta asiakastyytyväisyydestä puhuttaessa asiakkaalla tarkoitetaan myös henkilöä tai organisaatiota, johon myyjäorganisaatio on ollut yhteydessä. Tällöin asiakas on jokainen, jolla on jo asiakassuhde myyjäorganisaation kanssa, jotka ovat potentiaalisia uusia asiakkaita tai ovat olleet yhteydessä myyjään, mutta eivät ole vielä hyödyntäneet myyjän palveluita. Myös kuluttajat, jotka ovat olleet välillisesti tekemisissä myyjän palveluiden kanssa, lasketaan tässä määritelmässä asiakkiksi. Tärkeintä on, että asiakastyytyväisyydestä puhuttaessa asiakas ei aina tarvitse asiakassuhdetta tai edes välitöntä yhteyttä yritykseen. (Rope & Pöllänen 1998, 27.) Laihon (2016) mukaan asiakassuhde perustuu ihmisiin, luottamukseen, avoimuuteen sekä huumoriin. Luottamusta asiakassuhteessa kasvatetaan suorudella ja avoimuudella, tällöin puhutaan kaikista asioista. Suhdetta vahvistavat onnistuneet yhteistyöt sekä kaikki yhdessä vietetty aika. Asiakasta kannattaa avustaa myös vaikeissa paikoissa.

Vaala Beach Vollebyssä asiakkaita ovat pääasiassa pelaajat, sillä heillä on järjestäjän kanssa asiakassuhde. Osaa pelaajista voidaan kutsua kanta-asiakkiksi, sillä he osallistuvat tapahtumaan vuosittain. Määritelmän mukaisiksi asiakkiksi voidaan laskea myös yleisö, sillä tapahtumassa on myös heille suunnattua liiketoimintaa. Yleisö voidaan ajatella tässä tilanteessa asiakkiksi, jotka ovat välillisesti tekemisissä järjestäjän kanssa. Yleisö ei ilmoitaudu paikalle saapuvaksi ja maksa osallistumismaksua, minkä pelaajat tekevät, tällöin asiakassuhde syntyy pelaajien ja järjestäjän välille.

Aina henkilön ollessa yhteydessä johonkin myyjäorganisaation osa-alueeseen, tällöin syntyy asiakastyytyväisyyteen tarvittava kontaktipinta. Kontaktipinnan taso määrittelee sen, kuinka tyytyväinen asiakas on myyjäorganisaatioon. Kontaktipintaan kuuluu neljä osa-aluetta: henkilöstö-, tuote-, tukijärjestelmä- ja miljöökontaktit. Jokaisesta osa-alueesta muodostuu kokemuksia, joita verrataan

omiin ennakko-odotuksiin ja -ajatuksiin myyjäorganisaatiosta. Kontaktipinta onkin tärkein käsite asiakaselementissä puhuttaessa asiakastyytyväisyydestä. (Rope & Pöllänen 1998, 28.)

Vaala Beach Volleyssa henkilöstökontaktipintaa ovat tuomaritoiminta, kisatoimiston palvelu, ravintolateltan palvelu ja ilmoittautumisessa tapahtuva yhteydenpito järjestäjän ja ilmoittautuvan pelaajan välillä. Näiden lisäksi tapahtumassa asiakastyytyväisyyttä muodostavat olosuhteet tapahtuman aikana, kuten kenttien kunto pelien aikana. Myös tapahtuman aikainen keli vaikuttaa tapahtuman onnistumiseen, mutta se ei ole järjestäjän käsissä. Kun kyseessä on ulkona pelattava laji, sääolosuhteidenkaan takia tapahtumaa ei voida siirtää sisätiloihin.

Tässä tilanteessa asiakas -käsite on jo lähellä sidosryhmä -käsitettä, sillä asiakaskäsitteistöön voidaan tässä tapauksessa laskea myös muut sidosryhmät varsinaisten asiakkaiden lisäksi. Näiden sidosryhmien toiminta voi vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen, jos he ovat edes välillisesti tekemisissä myyjäorganisaation palveluihin, kuten toimittavat asiakkaille heidän tilaamansa palvelut tai tuotteet. Välillä voidaan asiakastyytyväisyyden sijasta käyttää käsitettä sidosryhmätyytyväisyys, koska tässä ajatustavassa jokaisesta sidosryhmäkontaktista muodostuu kokemus. Tätä kautta muodostuu pohja tyytyväisyysperusteelle myyjäorganisaatiosta. Mutta silti asiakas -käsite on parempi vaihtoehto, sillä kaikkia myyjäorganisaation kontakteja ajatellaan potentiaalisina asiakkaina. (Rope & Pöllänen 1998, 28-29.)

3.1.2 Tyytyväisyys -elementti

Tyytyväisyyttä voidaan mitata asteikolla tyytyväinen-tyytymätön. Tyytyväisyyttä mitatessa asetetaan vastakkain odotukset sekä kokemukset henkilöstö-, tuote-, tukijärjestelmä- ja miljöökontakteista. Mikäli odotukset ovat kokemuksia pienemmät, syntyy ylilotustilanne. Kun taas kokemukset ovat odotuksia pienemmät, syntyy alilotustilanne. Ideaalitalanne on, kun odotukset kohtaavat kokemukset, jolloin puhutaan tasapainotilanteesta. Tärkeintä tässä on se, että odotukset luovat lähökohdan sekä perustan, johon kokemuksia verrataan. (Rope & Pöllänen 1998, 29.)

Odotustaso voidaan jakaa kolmeen alalajiin: ihanne-, ennakko- ja minimiodotuksiin. Näistä ihanneodotukset ovat niitä, jotka muodostuvat ihmisen oman arvomaailman perusteella. Ihanneodotuksissa on kaksi oleellista muistettavaa osa-aluetta. Kuten se, että jokaisella ihmisellä on omat odotuksensa. Segmentointi ja markkinointi tulee kohdistaa kohderyhmän tarpeiden mukaisesti. Kun

henkilöiden tarpeet löydetään, niistä muodostuu ostomotiivit. Ostomotiiveista muodostuu toiveet, jotka henkilö pyrkii täyttämään ostaessaan palvelun tai tuotteen. Koska ihmisillä on useita erilaisia toiveita ostoksiensa suhteen, myyjäorganisaation on vaikea vastata kaikkiin toiveisiin, varsinkin toiveiden ollessa esimerkiksi korkealaatuinen tuote, edullinen hinta sekä henkilökohtainen palvelu. Tällöin myyjän on valittava itselleen tärkeimmät ominaisuudet, ja panostettava niihin. Koska kaikkiin odotuksiin ei voi vastata, tärkeää on, kuinka hyvin valitut ominaisuudet täytetään. On päätettävä, mitkä ominaisuudet ovat myyjäorganisaatiolla paremmat kuin kilpailevilla organisaatioilla. Tärkeimmissä ominaisuuksissa löydetään se taso, jonka täytyttyä asiakkaat tekevät ostopäätöksen. (Rope & Pöllänen 1998, 30-31.)

Ennako-odotukset ovat niitä ominaisuuksia, joita henkilöillä on jo valmiiksi myyjäorganisaatiosta tai ostettavasta tuotteesta. Koska nämä ominaisuudet löytyvät jo ennalta, voidaan käsitteellisesti puhua imagosta, koska henkilöllä on jo ennestään olemassa mielikuva myyjästä tai tuotteesta. Näin päästään mielikuvamarkkinointiin, jonka tavoitteena on antaa myyjästä sellainen imago, joka muodostaa myyjälle kilpailuedun muihin kilpailijoihin verrattuna sekä perustan pitkäaikaiselle ja hyvälle asiakassuhteelle. Ennako-odotukset muodostuvat seitsemästä osa-alueesta: kokemukset, julkiuus, markkinointiviestintä, markkinoinnin peruselementit, liikeidea, toimiala sekä puskaradio -viestintä, jotka vaikuttavat sekä toisiinsa että ennako-odotuksiin. Kaikkia näitä osa-alueita tarkastellaan omien arvojen kautta, jolloin henkilölle muodostuu oma mielikuva, joka ohjaa päätökseen tulevasta ostoksesta ja asiakkuudesta. Asiakastyytyväisyyteen liittyy suurelta osin imagotasoa, onko se korkea vai matala. Matalassa imagotasossa ennako-odotukset myyjää kohtaan ovat matalalla, joten tällöin koetaan usein positiivisia yllätyksiä palvelun tasossa, kun oletus on alun perin matalalla. Kun taas korkeassa imagotasossa myyjän on vaikeampi saavuttaa oletettua tasoa, sen ollessa jo valmiiksi korkealla. Ennako-odotuksiin liittyy tärkeänä osana myös vertailut odotukset, missä vertaillaan kahta eri organisaatiota, jotka tarjoavat samaa tuotetta tai palvelua. Vertailun pohjalta tehdään odotukset kumpaakin organisaatiota kohtaan, jonka jälkeen selvitetään, kumpi organisaatioista on suosituampi. Näiden perusteella henkilö tekee ostopäätöksen, kumman yrityksen hän kokee itselleen paremmaksi. (Rope & Pöllänen 1998, 31-35.) Varmuutta omille ostopäätöksille haetaan muiden jakamista kokemuksista. Muiden kokemukset ovat helposti löydettävissä nykyään internetissä esimerkiksi keskustelufoorumeilla sekä Facebookissa, joissa varsinkin kielteiset mielipiteet leviävät laajalle alueelle nopeasti. (Landtman 2016, viitattu 10.11.2018.)

Kolmantena odotustasolajina pidetään minimiodotuksia, jotka ovat vähimmäistasoja palvelulle, mitä henkilö vaatii saavansa myyjältä. Pohjimmiltaan minimiodotukset ovat henkilö-, tilanne-, toimiala- tai yrityskohtaisia, jotka vaikuttavat toinen toisiinsa sekä kokonaisuutena minimiodotuksiin. Henkilökohtaiset odotukset muodostuvat henkilön omien taustojen mukaisesti. Tilannekohtaiset odotukset riippuvat ostotilanteesta sekä ympäristöstä, riippuen mitä ja missä ollaan ostamassa. Kuten tilannekohtaiset odotukset, myös toimialakohtaiset odotukset riippuvat eri asioista. Tässä tilanteessa odotukset riippuvat täysin myyjän toimialasta, sillä eri toimialoilla toimitaan eri tavoin. Yrityskohtaiset odotukset muodostuvat esimerkiksi myyjän markkinointitavoista, liikeideasta sekä tuoteratkaisuista, sillä esimerkiksi markkinoinnilla saadaan luotua henkilöille tietynlainen kuva myyjästä etukäteen. (Rope & Pöllänen 1998, 35-36.)

Jotta voidaan mitata tyytyväisyyttä, odotustason osa-alueiden lisäksi tarvitaan kokemustaso, jota verrataan odotustasoon. Nämä yhdessä muodostavat tuloksen, jota mitataan tyytyväisyys-tyytymättömyys-asteikolla. Asteikossa on kolme perustasoa: ali- odotus-, tasapaino- ja yliodotustilanne. Näistä ali- ja yliodotustilanne -tasot jaetaan vielä kahteen alatasoon: lievään ja vahvaan. Aliodotustilanteessa kokemukset ovat yleensä joko lievästi tai vahvasti positiivisia, kun yliodotustilanteessa kokemukset ovat joko lievästi tai vahvasti negatiivisia. Kun henkilö kohtaa myönteisiä kokemuksia myyjäorganisaatiota kohtaan, se nostattaa odotuksia seuraavaa asiointikertaa varten. Henkilön saadessa hyviä kokemuksia myyjästä, on erittäin todennäköistä, että hän kertoo kokemuksistaan tutuilleen, jolloin toimii puskaradio -viestintä. (Rope & Pöllänen 1998, 38-39.) Puskaradio on usein tehokkaimpia markkinointikeinoja, koska tällöin muut jakavat kokemuksiaan myyjästä tutuilleen. Sosiaalinen media on antanut lisävauhtia puskaradiolle, sillä kaikki kokemukset, varsinkin negatiiviset, leviävät ympäriinsä kulovalkean lailla esimerkiksi Facebookin kautta. (Tovari 2018, viitattu 10.11.2018.) Kielteisiä kokemuksia myyjästä saadessaan henkilön ennako-odotukset jatkoa varten heikentyvät ja tällöin on myös helpompaa katkaista asiakassuhde (Rope & Pöllänen 1998, 40). Koko asiakassuhteen aikana kaikki vuorovaikutustilanteet asiakkaan ja yrityksen välillä vaikuttavat asiakaskokemukseen. Ostoksia tehdään paljon internetin välityksellä, joten asiakaskokemukseen vaikuttaa tällöin se, kuinka myyjän verkkokauppasivut toimivat. Sivujen tulee olla asiakkaan kannalta helppokäyttöiset, miellyttävät, nopeat sekä loogiset. Mikäli asiakkaat pitävät sivujen toiminnasta, silloin saa vahvan pohjan hyvälle kokemukselle. (Landtman 2016, viitattu 10.11.2018.)

3.2 Asiakastyytyväisyyden tutkiminen

Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan, jotta saadaan tietää, kuinka organisaation asiakaskontaktipinta toimii. Selvitetään, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat organisaation toimintaan. Toimivassa asiakastyytyväisyystutkimuksessa on viisi ominaisuutta, joiden tulee toteutua. Ominaisuudet, jotka tutkimuksessa tulee olla, ovat validiteetti, reliabiliteetti, järjestelmällisyys, lisäarvon tuottaminen ja automaattinen toimintaan kytkeytyminen. Näistä validiteetti on se ominaisuus, josta ilmenee tyytyväisyydestä se, mitä tutkimuksella halutaan saada tietää. Siihen vaikuttaa tutkimuksen asettelu, kuten esimerkiksi kysymysten vaihtoehdot, kysymysten sijoittaminen ja kysymysten muotoilu. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen luotettavuutta ja pysyvyyttä, sitä kuinka luotettavia tulokset ovat. Jotta tutkimuksen tulosta voidaan pitää pysyvänä, uusittaessa tutkimus tuloksen tulee olla lähes samanlainen alkuperäiseen verrattuna. Luotettavassa tuloksessa esimerkiksi otoskoko on tarpeeksi laaja sekä vastausprosentti on mahdollisimman suuri. Järjestelmällisyys -ominaisuus tutkimuksessa takaa sen, että asiakastyytyväisyyttä ja sen kehittymistä päästään seuraamaan sekä ketjuorganisaatioissa voidaan verrata eri toimipisteiden asiakastyytyväisyyttä. Lisäarvoa tutkimuksella päästään tuottamaan, mikäli tutkimustuloksilla saadaan kehitettyä organisaation liiketoimintaa sisäisesti sekä markkinointia, mitkä edesauttavat asiakassuhteiden ylläpidossa. Tutkimuksen tulee kytkeytyä automaattisesti toimintaan, tällöin tutkimuksen tulokset antavat vauhtia organisaation toimintaan sekä kehittämiseen liittyviin päätöksiin. (Rope & Pöllänen 1998, 83-84.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tulee olla jatkuva tutkimus, joka toistuu säännöllisin väliajoin. Tutkimuksen tarkoituksena on löytää tekijät, jotka vaikuttavat asiakkaiden tyytyväisyyteen ja tyytymättömyyteen. Tutkimusta toteutettaessa tulee ottaa huomioon, että sen tulee olla helposti toteutettavissa niin organisaatiolle kuin asiakkaillekin, kysymyksiä on joka kantilta, tuloksia on helppo käsitellä ja analysoida sekä jatkuvana tutkimuksena se on taloudellisesti kannattava toteuttaa. (Rope & Pöllänen 1998, 85.) Nämä ominaisuudet huomioiden parhaimmat tutkimustavat ovat erilaiset lomakkeet ja kyselyt, joiden avulla saadaan tietää, mitä asiakkaat ajattelevat. Asiakkaille on helpointa vastata numeerisin vastauksin, kuten kysymysten vastaukset esimerkiksi asteikolla 1-5. Vaikka avoimet kysymykset antavat paljon arvokasta tietoa asiakkaiden mielipiteistä, niiden käsittely on hankalampaa kuin numeeristen vastausten, sekä niistä on vaikeampi löytää syitä ja seurauksia. (Heimonen 2017, viitattu 12.11.2018.)

Tutkimuksen rakentaminen lähtee liikkeelle aiheen valinnalla, jolloin päätetään mitä halutaan selvittää. Asiakkaiden tyytyväisyyttä voidaan mitata eri näkökulmista, joita ovat esimerkiksi palvelu,

tuotepalaute, tuotekehitys, asiakasuskollisuus, asiakaskokemus, markkinatutkimus, tulostavoitteet, johdon raportointi, työntekijöiden sitouttaminen sekä asiayhteys tuloksille. Kun asiakastyytyväisyystutkimuksen aihe on päätetty, löydetään tapa, jolla tutkimusta lähdetään toteuttamaan. Organisaatioilla on asiakasrekisterit, joista ilmenee yhteystiedot sekä ostohistoria, näin voidaan lähestyä oikeita henkilöitä tutkimuksen aiheeseen liittyen. Helpoin tutkimuksen toteutustapa on tehdä verkkokyselylomake, tällöin asiakkaita voi lähestyä sähköpostitse, ja vastaaminenkin on asiakkaille helppoa. Helpomman kyselystä asiakkaille tekee, mikäli tutkimuksen kysymykset ovat selkeitä ja tarkkoja, näin asiakas tietää tarkalleen, mihin hän on vastaamassa. Vaikka kysymykset olisivat tarpeeksi tarkkoja, on parempi kysyä useampi yksityiskohtaisempi kysymys, kuin yksi laaja kysymys. Kuitenkin tulee muistaa, että kysymyksiä ei saa olla liikaa, sillä vastaamiseen ei saa kulua paljoa aikaa. Mikäli tutkimus kestää kauan, on otosmäärä pienempi. Nykyään ihmisillä on jatkuva kiire, joten sen takia tutkimuksen tulee pysyä lyhyenä, mutta selkeänä. Tuloksia tarkoista kysymyksistä on helpompi käsitellä, näin organisaatio saa tietää, mitä pitää parantaa. Tällaisia tutkimuksia tulee teettää kerran tai kaksi vuodessa, jotta tiedetään missä on parantamista. Aina, kun saadaan tuloksia tutkimuksesta ja kehitysehdotuksia, niihin tulee tarttua. Parhaansa mukaan tulee toteuttaa asiakkaiden ehdotuksia, jotta asiakkaat pysyvät asiakkaina. (SurveyMonkey 2018, viitattu 12.11.2018.)

4 KEHITTÄMISTYÖ

Kehittämistyötä tehdään useasti prosessiluontoisesti, jolloin työ tapahtuu useammassa vaiheessa. Tutkimuksellinen kehittäminen on aikaa vievää, joten on helpompaa, kun työ on jaettu useampaan vaiheeseen. Jokaisessa vaiheessa on omat kohtansa, jotka pitää olla tehtynä ennen seuraavaan vaiheeseen siirtymistä. Prosessin haastavuuden takia yksityiskohtainen suunnittelu on tärkeää, jotta pysytään sovitussa aikataulussa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 22.)

Kaikessa yksinkertaisuudessaan kehittämistyö voidaan ajatella kolmivaiheiseksi muutostyön prosessiksi. Muutostyön prosessi lähtee liikkeelle suunnittelusta, jolloin selvitetään haasteet, joita pitää kehittää, asetetaan tavoitteet kehitykselle sekä suunnitelma, kuinka tavoitteet saavutetaan. Tämän jälkeen tulee toteutus -vaihe, jossa vaiheen nimen mukaisesti toteutetaan aiemmin tehty suunnitelma. Viimeisenä vaiheena pidetään arviointi -vaihetta, jossa muutostyö arvioidaan. Tämän pohjalta yleensä aloitetaan jo uuden muutostyön suunnittelu. (Ojasalo ym. 2014, 22.)

4.1 Tutkimuksellinen kehitystyö

Tutkimuksellisen kehitystyön prosessissa puolestaan on kuusi vaihetta, mutta tässä lähestymistavassa voi tulla tilanteita, että edelliseen vaiheeseen pitää palata. Prosessimalli on tehty kokonais-kuvan hahmottamisen takia, jotta nähdään, mitä kaikkea tällainen prosessi pitää sisällään. Jokainen prosessi on oman näköisensä, joten niissä voidaan edetä eri vaihejärjestyksessä, mutta perusajatus on kuitenkin ennalta määritelty. Jokaisen vaiheen sisältö on suunniteltu ennalta, mitä kyseisen vaiheen aikana pitäisi tehdä ja huomioida. Näiden lisäksi koko prosessin ajan tulee huolehtia, että työskentely säilyy järjestelmällisenä, jolloin aikataulussa on helpompi pysyä, kun asiat tehdään sovitussa järjestyksessä. Prosessin ajan tulee huomioida, että kriittisyys työtä kohtaan säilyy, jolloin osataan paremmin arvioida, kuinka hyvin työ on sujunut tai voidaanko jotain tehdä paremmin. Prosessin edistymisestä tulee pystyä raportoimaan koko prosessin ajan eri tahoille, sekä aktiivinen vuorovaikutus muihin on säilytettävä. Tämän lisäksi prosessin edetessä tulee huomioida sen eettisyys. (Ojasalo ym. 2014, 23-24.)



KUVIO 3. Tutkimuksellisen kehittämistyön prosessikaavio

Kehittämistyö lähtee liikkeelle kehityskohteen tunnistamisella ja kohteen ymmärtämisellä, tällöin saadaan kartoitetuksi muutoksen tarpeellisuus. Näin selvitetään kehittämistyön tavoitteet, mitä halutaan muuttaa. Kun suunnitellaan jonkin liiketoiminnan osan kehittämistä, tulee ottaa huomioon työyhteisön ajatukset kehitystä kohtaan. Tavoitteita saadaan paremmin löydettyä, mikäli koko työyhteisö on mukana, ja tiedetään heidän odotukset muutokseen. Kehittämistyö voidaan jakaa kahteen tyyliin: ongelmaperustaiseen ja uudistamisperustaiseen. Ongelmaperustaisessa kehitystyössä etsitään ratkaisua jo ennalta löydettyyn haasteeseen tai ongelmaan. Kohde voi liittyä joko huonoon työilmapiiriin, joka aiheuttaa suurta työntekijöiden vaihtuvuutta sekä tyytymättömyyttä henkilöstössä, tai heikentyneeseen liikevaihtoon, jolloin myynti on vähäistä. Tällaiset puutteet voidaan huomata joko asiakas- tai henkilöstöpalautteen avulla. Uudistamisperustaisessa kehitystyössä pyritään löytämään jotain uutta liiketoimintaan erilaisten rajapintojen kautta. Usein kehittämistyön kohde on laaja käsite, mutta tavoitteiden määrittelyn avulla löydetään näkökulma, josta kohdetta lähdetään lähestymään. Aihe tarkentuu vasta, kun tietoa kehitystä varten on kerätty tarpeeksi, jotta löydetään varsinainen kehitystehtävä. (Ojasalo ym. 2014, 23-24, 26.)

Ensimmäisen vaiheen jälkeen lähdetään rakentamaan kehitykselle viitekehystä eli tietopohjaa, jotta kehitettävään aiheeseen perehdytään kunnolla ennen toimintaa. Tietopohjaa rakennettaessa

tulee löytää omaa näkökulmaa tukevat teokset, sillä monista aiheista löytyy teoksia eri näkökulmista. Tutkimuksen tekijältä vaaditaan kriittisyyttä, jotta hän löytää kaikesta löytämästään aineistosta sen tiedon, jota hän hakee. Tämä vaihe on tärkeä, jotta ymmärretään perin pohjin, mitä ollaan kehittämässä, minkälaiset taustat aiheella on sekä löydetään oikea kohde kehittämiselle. Näin löydetään syy sille, miksi jokin ei toimi ja tällöin tätä taustasyytä kannattaa kehittää, eikä seurausta. Kunnollisella tietopohjan rakentamisella saadaan huolellinen ja parempi lopputulos, vaikkakin se on todella aikaa vievä vaihe. Taustatietoa voidaan lähteä hakemaan esimerkiksi yrityksen taustatiedoista, arvoista, strategiasta, henkilöstön asenteista ja havainnoista kuten myös toimialasta ja toimintaympäristöstä. Liiketoimintaa ei voida kehittää, ellei ymmärretä toimialaa, jossa yritys toimii. Kun ymmärretään toimialaa, löydetyt ratkaisut saadaan paremmin jalkautettua käytäntöön, sillä tällöin ne eivät perustu pelkkään teoretietoon. Kun halutaan rakentaa mahdollisimman laaja ja kattava viitekehys, on kannattavaa kerätä tietoa myös havainnoimalla, tekemällä avoimia haastatteluita ja hankkimalla eri dokumentteja kohdeorganisaatioon liittyen. Kun tutustutaan kohteeseen käytännössä, samalla saadaan kiinni tutkimukseen liittyvästä käsitteistöstä. Kaikki käytännössä hankitut tiedot ja ajatukset on dokumentoitava sitä mukaan, kun niitä tulee esille. Kun aiheeseen on tutustuttu käytännössä, aloitetaan käsitteistöön liittyvän tutkimuskirjallisuuden hankkiminen. Helpoiten aineistoa löydetään internetin hakukoneiden ja tietokantojen avulla. Kuitenkin on muistettava lähdekritiikki, kun internetistä on erittäin helppo saada tietoa halutuista asioista. Osa artikkeleista on faktoihin perustuvaa tietoa ja osa on pelkkiä kirjoittajien mielipiteitä. On osattava valita omaa tarkoitusta ja näkökulmaa vastaavat artikkelit. (Ojasalo ym. 2014, 24-25, 28-31.)

Kun haluttu tietopohja on löydetty ja näin perehdytty aiheeseen tarkasti, kolmannessa kehittämissä vaiheessa määritellään kehittämistehtävä ja kohdetta rajataan tarkemmin. Vaikka yleisesti ottaen voidaan ajatella, että kehittämistehtävä on tiedossa, kun lähdetään suunnittelemaan kehittämistä. Totuus on kuitenkin, että kehittämistehtävän määrittely on luultua vaikeampaa. On mietittävä tarkkaan, mitä pyritään kehittämään. Jos halutaan kehittää esimerkiksi myyntiä tai henkilöstön tyytymättömyyttä, tulee etsiä syyt, jotka ovat aiheuttaneet myynnin laskun tai henkilöstön tyytymättömyyden. Sillä myynnin vähentyminen tai henkilöstön tyytymättömyys ovat seurauksia joistain perimmäisistä syistä, joita voivat olla esimerkiksi tuotteen tai palvelun huono laatu tai henkilöstön huono johtamistapa. Kehittämistyölle tulee määrittää selvät mittarit, joiden avulla kehittämisen onnistumista voidaan mitata. Tietoperustan kehittyessä myös kehittämistehtävä muokkautuu sitä mukaa. (Ojasalo ym. 2014, 25, 32-33.)

Neljännessä vaiheessa löydetään aiempien vaiheiden tietojen perusteella sopivat lähestymistavat sekä tutkimusmenetelmät ja laaditaan tietoperusta. Lähestymistavalla tarkoitetaan sitä näkökulmaa, josta kehitettävää aihetta lähestytään, mikä määrittää menetelmäratkaisut. Menetelmäratkaisuille tarkoitetaan myös tutkimustavan lisäksi niin kehitystapoja, esimerkiksi aivoriihiyöskentelyä. Tietoperusta sisältää kaiken oleellisen tiedon kehittämistyöstä, millä muodostetaan kehittämistyön perusta. Tietoperustasta löytyy käsitteet ja niiden väliset suhteet, jotka on määritelty tarkasti käsittejärjestelmäksi. Kaikki teoriat ja mallit perustuvat käsitteistä rakennettuihin aihealueisiin. Tutkimusta tehtäessä kannattaa tehdä käsittekartta, joka auttaa tutkimuksen edetessä asiakokonaisuuden hahmottamisessa. Tietoperustaa laadittaessa otetaan huomioon eri artikkeleissa esiin tulleet näkökulmat, joista keskeisimmät esitellään ja nidotaan yhteen. Yhteen ei kannata yrittää sitoa näkökulmia, jotka eroavat raastaviin toisistaan. Tietoperusta voidaan julkaista neljän eri mallin avulla, joita ovat ”passiivinen- perinteinen”, ”oivalluttava- perinteinen”, ”oivalluttava- vetoketju” sekä ”työelämäraportti”. Tässä opinnäytetyössä on käytetty sekä ”passiivinen- perinteinen”- sekä ”oivalluttava- vetoketju”-malleja. ”Passiivinen- perinteinen”-mallissa tavanomaista on esitellä ensin omana osanaan tietoperusta, jonka jälkeen esille tuodaan menetelmät ja tulokset, joita on saavutettu. ”Oivalluttava- vetoketju”-mallille yleistä on, että tietoperusta sekä käytännön ilmiöiden kuvaus ja ratkaisut esiintyvät toisiinsa nähden vuorovaikutuksessa. Tässä mallissa tietoperusta yhdistyy käytäntöön automaattisesti. (Ojasalo ym. 2014, 25, 34-35.)

Tämän jälkeen valitaan lähestymistapa, joita on seitsemän erilaista: tapaustutkimus, toimintatutkimus, konstruktiiivinen tutkimus, palvelumuotoilu, innovaatioiden tuottaminen ja tutkiminen, ennakointi sekä verkostotutkimus. Tämän työn lähestymistavaksi on valikoitunut tapaustutkimus, jonka perustavoitteena on tuottaa tutkittua tietoa halutusta kohteesta. Tässä lähestymistavassa mitään muutosta ei varsinaisesti vielä tehdä, vaan etsitään kehityskohteita, joille luodaan kehitysideoita. Tyypillistä on, että tietoa tutkitaan useilla eri tiedonhankintamenetelmillä, jotta tuloksesta saadaan kokonaisvaltainen ja syvälinen kuva. (Ojasalo ym. 2014, 36-39.)

Kun tietoperustan esitystapa ja lähestymistapa on valittu, on aika määritellä tutkimusmenetelmät. Päätetään, millä keinoilla tietoa halutaan kerätä. Tiedonhankintamenetelmiä on yhdeksän erilaista: kysely, haastattelu, ryhmähaastattelu, havainnointi, dokumenttianalyysi, esikuva-arviointi, prosessikarttojen piirtäminen, yhteisölliset ideointimenetelmät ja ennakoitimenetelmät. Kun menetelmiä valitaan, pitää ottaa huomioon mitä tietoa tutkimuksesta halutaan saada sekä mihin tarkoitukseen. Tämän työn toteutukseen on käytetty sekä kyselyä että havainnointia. Kyselyä käytetään tilan-

teessa, jossa aihealue on hyvin tunnettu, mutta ei olla varmoja ovatko massat samaa mieltä asioista yrityksen kanssa. Kyselyssä aiheita tutkitaan suurelta joukolta, jolloin tutkintatapa on jokaiselle sama ja tulokset ovat näin luotettavia. Tällöin esimerkiksi haastattelija ei voi vaikuttaa tuloksiin, sillä vastaajat vastaavat joko paperisella tai sähköisellä lomakkeella, eivätkä haastattelijalle suullisesti. Kyselyä suunniteltaessa pitää miettiä tarkkaan, mistä halutaan lisätietoa. Havainnoinnissa päästään lähelle tutkittavaa aihetta, ja nähdään itse, kuinka homma toimii. Kehittämistyössä havainnointi on erittäin yleinen keino kerätä tietoa, sillä itse paikalle menemällä saa useimmiten paljon enemmän hyödyllistä tietoa, mitä kyselemällä tai haastattelemalla. Havainnointia voidaan suorittaa seuraamalla tilanteita sivusta tai itse osallistumalla. Havainnointikeinoista yksi tunnetuimpia vähittäiskaupan alalla on mystery shopping -käsite, jossa tuntematon henkilö menee asioimaan kaupassa ja mittaa koko asiointinsa ajan myyjien toimintaa ja palvelua. Tämän opinnäytetyön havainnointi on tehty osallistuvalla havainnoinnilla, joka tällaisessa tilanteessa on ehkä parhain keino. Tapahtuman järjestämiseen osallistumalla saadaan paljon arvokasta tietoa tapahtuman sisältä. (Ojasalo ym. 2014, 40-45.)

Viidennessä vaiheessa keskitytään muutoksen toteutukseen liittyvään toimintaan. Kun tutkimus on suoritettu ja muutosta on lähdetty toteuttamaan, on aika tulosten kirjalliselle raportoinnille. Raportoinnin avulla voidaan kehittämistyötä viedä entisestään eteenpäin. Raportin kirjoittamisen avulla saadaan tutkimuksen aikana syntyneet ajatukset jäsenneiltyä järkevästi, herätetään mahdollisesti keskustelua ja näin kehittämisestä saadaan palautetta. Raporttia tulee työstää koko prosessin ajan, eikä pelkästään työn valmistuttua huolimatta siitä, vaikka raportti julkaistaisiinkin vasta kehitystyön valmistuttua. Kehitystyöstä kirjoitetaan useasti prosessikirjoittamisen tavoin, jolloin raporttia kirjoittaa useampi henkilö ja kehitystyö etenee kirjoittamisen kautta. Kirjoittaminen aloitetaan heti ensimmäisessä vaiheessa ja laitetaan muistiin kaikki kehittämiseen liittyvä tekeminen. Tässä kirjoittamistyylissä asioita ei välttämättä ole vielä tehty, vaan tällöin kirjataan myös ylös kaikki prosessin aikana syntyneet ajatukset. Tekstiä ei välttämättä rakenneta loogisessa järjestyksessä, vaan välillä saatetaan kirjoittaa teoriapohjaa ja välillä kehitystyön vaiheista. Prosessin aikana syntyneistä teksteistä voidaan kasata artikkeleita, joita julkaistaan eri prosessi vaiheissa. Loppuraportoinnin pääpiste on yleensä kehittämistehtävän, viitekehyksen ja kehittämisprosessin kattavassa kuvauksessa sekä tulosten esittelyssä ja arvioinnissa. (Ojasalo ym. 2014, 25, 46-47.)

Lopuksi on koko kehittämistyön arvioinnin aika, vaikka työn edetessä työskentelyä arvioidaan koko ajan. Loppuvaiheessa arviointi keskittyy kehittämistyön panoksiin, muutosprosessiin sekä lopputuloksiin ja niiden suhteisiin. Huomio tarkentuu yksilön, ryhmän ja organisaation toimintaan työtä

arvioidessa. Loppuarviointi osoittaa sen, kuinka kehittämisessä onnistuttiin analysoimalla kerättyä tietoa ja tiedonkeruuta itsessään. Loppuarvioinnissa tulee huomioida myös työn eettisyys, koska kehittämistyö tulee tehdä rehellisesti, tarkasti ja huolellisesti, tavoitteiden tulee kohdata korkean moraalien mukaiset säännökset sekä käytännön on hyödyttävä seurauksista. Myös yleinen tutkimuseettikka koskee kehittämistöitä, jolloin kehittämisen kohteen on tiedettävä tarkalleen, mitä kehittäjä tai tutkija tekee, mihin se liittyy ja miten asia koskettaa heitä. Rehellisimmät ja todellisimmat vastaukset saadaan, kun tutkimukseen saa vastata nimettömänä. Tällainen yksityiskohta on tuotava esille vastaajille ennen kuin he vastaavat tutkimukseen. Ketään ei myöskään voi pakottaa vastamaan tutkimukseen, vaan sen on perustuttava vapaaehtoisuuteen. (Ojasalo ym. 2014, 26, 47-49.)

4.2 Tutkimusmenetelmät

Tämän opinnäytetyön tutkimus on toteutettu kahdella tavalla: kyselyllä ja havainnoinnilla. Nämä tavat valittiin tämän työn tiedonkeruumenetelmiksi, koska ne koettiin sopivimmiksi tapahtuman laajuuden takia. Tapahtumaan osallistuu pelaajia eri puolelta Suomea, ja heitä on viikonlopun aikana todella paljon, joten esimerkiksi haastattelu ei olisi toiminut. Kysely toteutettiin Webropol-alustalla, jonka linkkiä jaettiin useiden kanavien kautta pelaajille. Näin ympäri Suomen asuvat henkilöt pyrittiin tavoittamaan ja verkkokyselyyn vastaaminen tehtiin heille helpoksi. Havainnointimenetelmä koettiin toimivaksi keinoksi tähän työhön, koska tutkimuksen tekijä on itse mukana tapahtuman järjestämisessä. Näin päästiin sisälle tapahtumaan heti alkumetreiltä ja saatiin kattava kokonaiskuva tapahtumasta.

Havainnointimenetelmiä on kaksi päätapaa: osallistuva tai tarkkaileva havainnointi. Osallistuvalla havainnoinnilla saadaan tietoa tutkinnan kohteesta yksilönä, yhteisön jäsenenä sekä tutkijaan verrattavassa suhteessa. Tässä tavassa tutkijalla on roolinsa yhteisössä, minkä kautta hän havainnoi tutkittavan aiheen ja tutkinnan kohteen vuorovaikutusta keskenään. Hän osallistuu tutkittavan kohteen arkielämään, jotta saa kattavan kuvan toiminnasta. Osallistuva havainnointi tarvitsee onnistuakseen pääsyn yhteisön sisälle, mutta mikäli tutkija on ennestään jo osa tutkittavaa yhteisöä, tätä ongelmaa ei esiinny. Ulkopuolisena henkilönä tutkijan täytyy voittaa yhteisön jäsenten luottamus ensin puolelleen, jotta he avaavat helpommin ajatuksiaan yhteisön toiminnasta tutkijalle. (Vilkkä 2015, 142-146.)

Toinen tiedonkeruutapa tässä työssä on kysely, joka toteutettiin verkkokyselynä pelaajille. Kyselyillä saadaan usein kerättyä laaja ja kattava tutkimusaineisto, koska siihen voidaan saada osallistumaan suuri määrä henkilöitä ja kysymyksillä voidaan tutkia monia asioita yhtä aikaa. Kysely on siinä mielessä tehokas tiedonkeruukeino, koska se ei vie tutkijalta eikä vastaajaltakaan kovin paljoa aikaa, verrattaessa esimerkiksi haastatteluihin. Kysely voidaan toteuttaa nopeasti suurelle väkimäärälle. Kysely kannattaa suunnitella loogisesti, jotta tulokset ovat nopeita ja selkeitä analysoida. Tällöin myös vastaajien on helpompi vastata kysymyksiin, kun kysymykset on esitetty selkeästi vastausvaihtoehtoinen. Kyselyitä voidaan toteuttaa joko posti- ja verkkokyselynä tai kontrolloituna kyselynä. Posti- ja verkkokyselyssä lomake tai siihen johtava linkki toimitetaan vastaajille, he vastaavat siihen omatoimisesti, jonka jälkeen he lähettävät sen takaisin. Mikäli kysely tehdään postikyselynä, tulee kirjeeseen laittaa mukaan valmiiksi maksettu palautuskuori. Kontrolloidussa kyselyssä lomakkeet joko täytetään tutkijan läsnä ollessa tai itsenäisesti, mutta tällöin tutkija tulee noutamaan lomakkeen henkilökohtaisesti. Kyselyn avulla voidaan selvittää tosiasioita, käyttäytymistä ja toimintaa, tietoja, arvoja, asenteita sekä uskomuksia, käsityksiä ja mielipiteitä. Näiden lisäksi voidaan hankkia arviointeja tai perusteluita vastauksille. Tosiasioita selvitetäessä kysymysten tulee olla suoria ja yksinkertaisia, jotta niihin on helppo vastata. Kyselyiden laadinnassa voidaan hyödyntää useita eri kysymystyyppejä, kuten avoimia kysymyksiä, monivalintakysymyksiä sekä asteikkoihin perustuvia kysymyksiä. Avoimissa kysymyksissä kysytään yksinkertainen kysymys, jonka jälkeen löytyy lomakkeelta tyhjä tila sanallista vastausta varten. Monivalintakysymyksissä tutkija on tehnyt valmiit vastaukset, tosin joissain vastauksissa voi olla perässä tyhjä tila, jotta vastaaja voi perustella vastaustaan sanallisesti. Monivalintakysymyksissä vastaaja voi valita, kysymyksestä riippuen, joko yhden tai useamman vastauksen. Asteikkoihin perustuvissa kysymyksissä on esitetty väittämiä, joihin sopivan vastauksen vastaaja valitsee tutkijan laatimasta asteikosta. Yleisimmin käytetyt asteikot ovat joko 5- tai 7-portaisia, joilla selvitetään, kuinka voimakkaasti vastaaja on joko samaa tai eri mieltä esitetyn väittämän kanssa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 188-195.)

5 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Pelaajakysely

Tänä vuonna Vaala Beach Volley-tapahtumaan osallistui yhteensä 84 joukkuetta, osa näistä pelasi sekä perjantain sekasarjassa että lauantain sarjoissa. Kaiken kaikkiaan pelaajia tapahtumassa oli yhteensä 151, joista 31 vastasi kyselyyn. Tällä vastausmäärällä saatiin vastausprosentiksi 21 prosenttia, jolloin yli viidesosa pelaajista on osallistunut kyselyyn. Turnauksen alkaessa pelaajat kävivät ilmoittautumassa kisatoimistossa, jossa heille jaettiin otteluohjelmavihko. Vihkosta löytyi pieni tervehdysviesti sekä ohjeet, kuinka kyselyyn voi käydä osallistumassa. Turnauksen jälkeen kirjoitettiin kiitosviesti, joka sisälsi kiitosten lisäksi pyynnön ja ohjeet, jotta tapahtumaa saataisiin parannettua. Tämä viesti lähetettiin sähköpostitse jokaiselle SM-osakilpailun pelaajalle, sekä jaettiin tapahtuman viralliselle Facebook-sivulle. Kysely on herättänyt pelaajissa mielenkiintoa, ja se on avattu vastausta lähettämättä 73 kertaa.

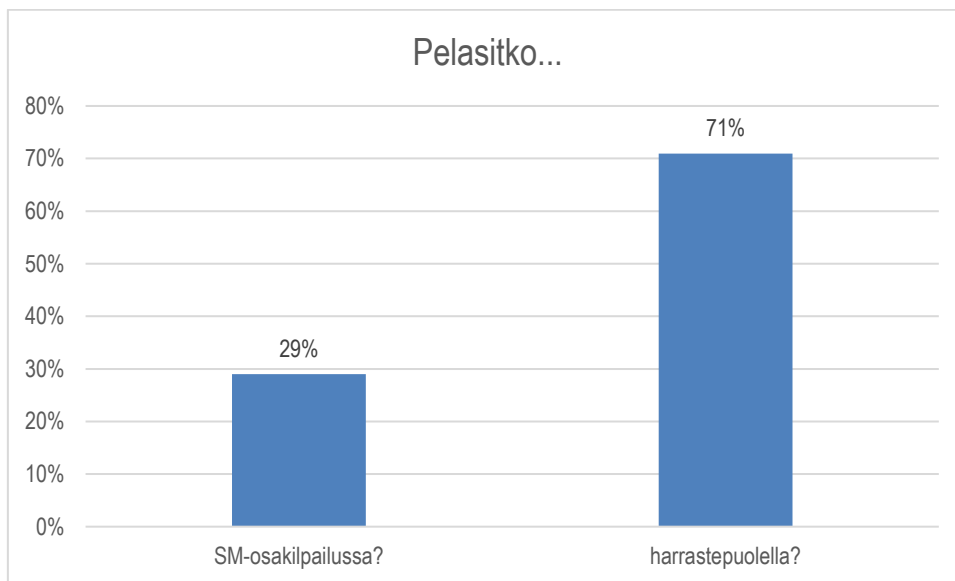
Kysely sisälsi kahdeksan kysymystä, joista viimeinen oli avoimen palautteen kysymys. Muut olivat joko monivalintakysymyksiä tai asteikkokysymyksiä. Kysely lähti liikkeelle taustojen kartoituksella, jossa kartoitettiin, että kummalla puolella pelattiin, monestiko on ollut mukana ja missä sarjoissa pelattiin. Sen jälkeen selvitettiin, mikä tai mitkä tekijät houkuttelivat palaamaan, jos on ennen ollut mukana tapahtumassa. Tämän jälkeen selvitettiin mielipiteitä tämän vuoden tapahtuman järjestelyistä, kuinka tapahtuma onnistui sekä sarjojen riittävydestä pelaajien mielestä. Lopuksi oli avoin sana, jossa sai kertoa vapaasti mielipiteensä, kiitoksensa tai mitä ikinä järjestäjille halusi sanoa. Pelaajien mielenkiinto kyselyä kohtaan herätettiin arvonnalla, joten lopuksi niin halutessaan sai jättää yhteystiedot arvontaa varten. Kysely on liitetty kuvankaappauksina opinnäytetyön liitteisiin (LIITE 1).

Henkilökohtaisia kysymyksiä, kuten ikää tai sukupuolta, ei tässä kyselyssä haluttu tiedustella, sillä ne eivät ole tämän tutkimuksen kannalta tarpeellisia tietoja. Sukupuolijakauma ilmenee kuitenkin kysymyksen tuloksissa, missä tiedustellaan pelattuja sarjoja. Tutkimuksella halutaan kuitenkin selvittää jokaisen sarjan järjestelyiden onnistumista erikseen sekä tapahtuman yleistä onnistumista,

ja kuinka muutokset on otettu pelaajatasolla vastaan. Tutkimuksen kautta halutaan löytää mahdollisia kehitysideoita jatkoa varten, jotta sarjojen osallistujamäärät pysyisivät tasaisina ja mahdollisimman suurina.

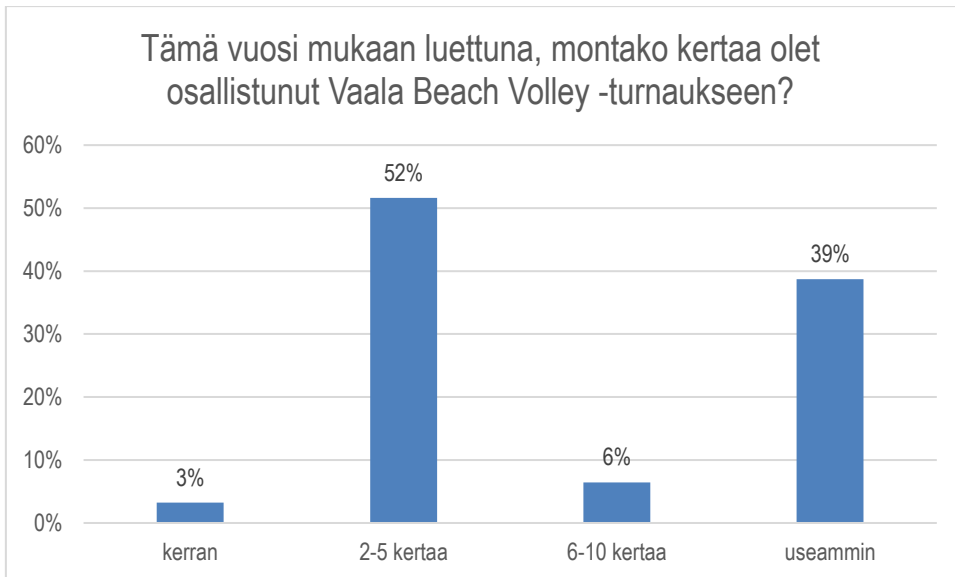
5.1.1 Taustakysymykset

Seuraavat neljä pylväsdiagrammikuviota (KUVIO 4, KUVIO 5, KUVIO 6, KUVIO 7) esittävät tulokset prosentuaalisina määrinä taustojen kartoituksesta.



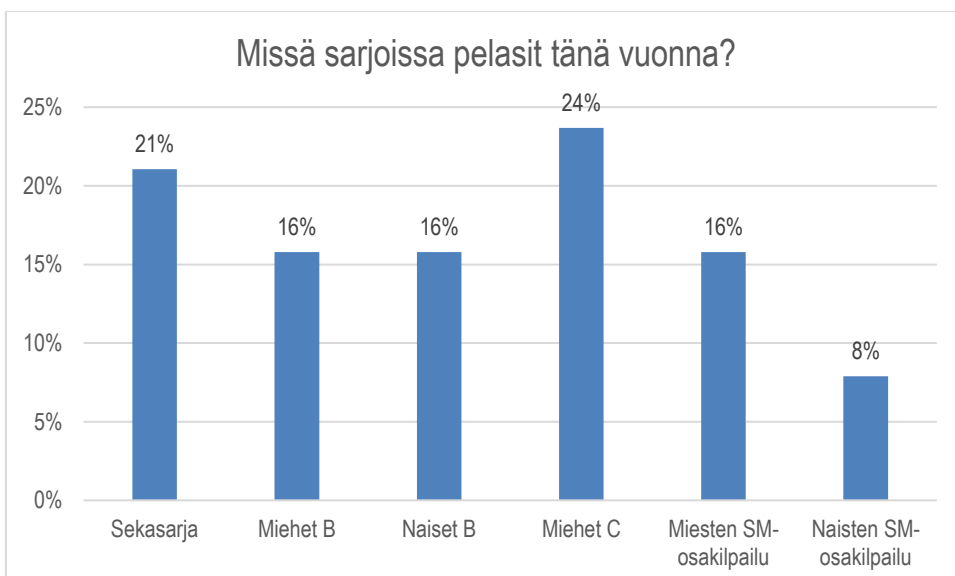
KUVIO 4. Sarjataso selvitys

Vastaajista suurin osa eli 71 prosenttia pelasi harrastesarjoissa, eli järjestäjän omissa sarjoissa. Tapahtumassa pelasi viikonlopun aikana 84 joukkuetta, joista 38 prosenttia eli 32 joukkuetta pelasi SM-tasolla. Loput 52 joukkuetta eli 62 prosenttia pelasi harrastetasolla. Kuvio osoittaa sen, että joukkueiden jakaumasta huolimatta harrastepuolen pelaajat ovat halunneet vaikuttaa enemmän tapahtuman laatuun jatkoa ajatellen. Kuitenkin 29 prosenttia vastaajista pelasi SM-osakilpailun puolella, joten voidaan ajatella, että palautetta on saatu kattavasti kummaltakin sarjatasolta.



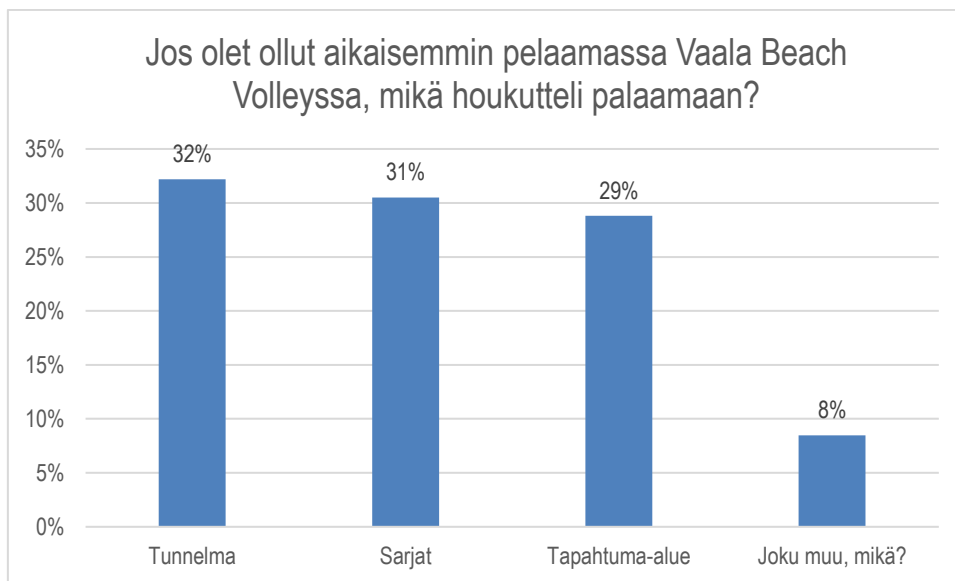
KUVIO 5. Osallistumiskerrat

Vähän yli puolet eli 52 prosenttia vastaajista ovat, tämä vuosi mukaan luettuna, osallistuneet tapahtumaan 2-5 kertaa. Seuraavaksi eniten vastanneista eli 39 prosenttia ovat osallistuneet useammin kuin 10 kertaa tapahtumaan, joten he ovat nähneet tapahtuman kehityksen kaaren pidemmältä ajalta. 6 prosenttia vastaajista on ollut tapahtumassa mukana 6-10 kertaa, kun 3 prosenttia vastaajista oli tänä vuonna turnauksessa mukana ensimmäistä kertaa. Kuviosta nähdään, että kyselyn tuloksia on saatu useamman eri kokemusmäärän näkökulmasta.



KUVIO 6. Sarjajakauma

Vastatessaan tähän kysymykseen vastaaja pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon, sillä tapahtuman aikana pystyy pelaamaan esimerkiksi sekasarjassa sekä miesten C-sarjassa. Vastauksista lähes neljännes eli 24 prosenttia pelasi miesten C-sarjassa. Sekasarjaa ovat pelanneet 21 prosenttia vastaajista. Miesten B-sarjassa, SM-osakilpailussa sekä naisten B-sarjassa pelasi kussakin 16 prosenttia vastanneista. Naisten SM-osakilpailussa pelasi kahdeksan prosenttia vastanneista. Tämän kysymyksen vastaukset osoittavat, että tuloksia on saatu kattavasti koko tapahtumasta sekä jokaisesta sarjasta. Voidaan ajatella, että saadaan luotettavasti tietää, miten jokaisen sarjan järjestelyt ovat toimineet.



KUVIO 7. Mikä houkutteli palaamaan Vaala Beach Volleyhyn?

Tämä kysymys oli myös monivalintakysymys, jotta vastaajat pystyivät halutessaan valita useamman syyn, mikä houkutteli heidät palaamaan tapahtumaan. Mahdollisena vastauksena oli myös ”Joku muu, mikä?”, mikäli vastaajalla oli muitakin syitä kuin jo esitetyt. Lähes kolmas osa vastauksista eli 32 prosenttia kertoo pelaajien palanneen tapahtumaan sen tunnelman vuoksi. Seuraavaksi suurin syy palata tapahtumaan oli tapahtuman sarjat, jotka houkuttelivat 31 prosenttia vastaajista. Itse tapahtuma-alue houkutteli 29 prosenttia vastaajista. Joku muu syy houkutteli kahdeksaa prosenttia vastaajista, josta he antoivat avoimen vastauksen siitä, mikä heitä houkutteli. Syitä, joita vastaajat ovat antaneet, ovat: syntymäkotikunta, kaverit, kaveriporukan kesäperinne sekä vaihtelu.

”Tasokkaat pelit ja se, että lähiseudun laadukkain turnaustapahtuma.”

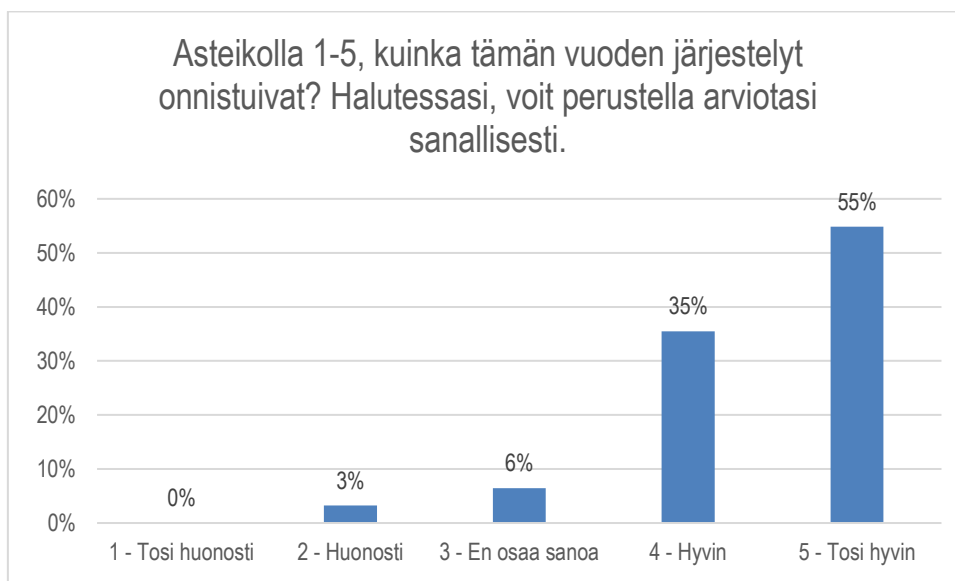
Avoimet vastaukset tähän kysymykseen olivat suurelta osin juurikin sellaisia, mitä oli odotettavissa. Tapahtumalla on pitkä historia, ja useat pelaajat tulevat vuodesta toiseen uudelleen pelaamaan,

joten odotettavissa oli perinteiden maininta. Vaala Beach Volley-viikonloppu on vuodesta se, jolloin jo Vaalasta pois muuttaneet ihmiset palaavat viikonlopun ajaksi paikkakunnalle. Tapahtuma kerää vanhat kaveriporukat vuosi toisensa perään kasaan, vaikka he eivät beach volleyta pelaisikaan.

Taustakysymyksiä vastaukset osoittavat sen, että vastauksia on saatu laajasti sekä kattavasti koko tapahtumasta. Monesta näkökulmasta, sillä vastaajissa on niin ensikertalaisia kuin kokeneita konkareita. Jokaisesta sarjasta on useampi vastaus, joten tulokset ovat siinä mielessä kattavia, sillä saadaan tietää, miten järjestelyt jokaisessa sarjassa ovat toimineet pelaajien mielestä. Otoskoko on maksimimäärään nähden hyvä sekä tulosten perusteella näkökulmia on saatu koko tapahtumasta. Voidaan ajatella, että näiden johtopäätösten valossa tutkimus on luotettava.

5.1.2 Tapahtumakysymykset

Seuraavat kolme pylväsdiaagrammia (KUVIO 8, KUVIO 9, KUVIO 10) kuvaavat, mitä mieltä pelaajat olivat järjestelyistä, sarjojen riittävydestä sekä sarjamuutoksista tapahtumassa.



KUVIO 8. Järjestelyiden onnistuminen

Tässä kysymyksessä pelaajat saivat arvioida numeerisesti tapahtuman järjestelyiden onnistumisen, sekä halutessaan avata sanallisesti arvosanan syyt. Arvostelu tehtiin asteikolla 1-5, jossa 1 on tosi huonosti ja 5 tosi hyvin. Yli puolet vastaajista eli 55 prosenttia olivat sitä mieltä, että tapahtuman järjestelyt hoidettiin tosi hyvin tänä vuonna. Sanallisissa arvioissa tässä arvosanassa nousi esille seuraavanlaisia kommentteja.

"Puitteet oli kunnossa."

"Viihdyttävä tapahtuma ja tunnelma oli taas kohdillaan."

"Selkeästi organisoitu."

"En keksi mitään parannettavaa."

Seuraavaksi eniten eli 35 prosenttia vastanneista oli sitä mieltä, että järjestelyt onnistuivat hyvin. Arvosanaa 4 oli perusteltu sanallisesti seuraavanlaisesti.

"Tunnelma ja oheisohjelma toivat oman lisän turnaukseen, mutta esim. WC-tiloja oli liian vähän ja pelien välissä oli useamman tunnin odottelua."

"Ruokapuoli oli parantunut. Naisten sarjan aikataulu onnistui paremmin edellisvuoteen verrattuna."

"Sekasarja 2 erään ja naisten A sarja takas koska moni B sarjan pelaaja ei uskalla ja tahdo tulla enää pelaa yhden sarjan takia."

"Muuten täydellisesti, mutta pientä sähläystä tuomari toiminnassa."

Sanallisten arvioiden avulla saadaan kiinni siitä, missä on vielä parannettavaa. Kuten kommentoitakin nähdään, pyritään tapahtumaa kehittämään vuosi vuodelta paremmaksi. Naisten sarja saatiin pyörimään paremmin tänä vuonna vakituksilla tuomareilla, sekä ruokapuolta on kehitetty SM-tasoisien pelaajien vuoksi. Palautteessa on toivottu naisten A-sarjaa takaisin, sillä perusteella, että B-sarjan pelaajat eivät halua tulla yhden sarjan takia paikalle. Kuitenkin osallistumismäärien perusteella naisten sarjoihin on saatu enemmän osallistujia nyt SM-osakilpailun mukana ollessa, mitä ennen sitä, sillä naisten B-sarja on saatu täytettyä kumpanakin vuonna. Sekasarja pyörii yhdellä erällä, koska sarja alkaa perjantaina iltapäivällä kello 17:00, jonka jälkeen se pyörii tauotta, kun edellinen peli loppuu uusi alkaa. Beach volleyssä pelin voitto lasketaan erävoitoilla, joten pelattaessa kahteen erään saman joukkueen tulisi voittaa molemmat erät tai peli venyy kolmen erän otteluksi. Tällaisessa tilanteessa pelejä ei välttämättä saada päättymään ennen vuorokauden vaihdetta, jolloin päivä venyisi liian pitkäksi jokaisen kannalta, siksi sekasarja on pelattu yhdellä erällä.

Vastaajista 6 prosentin mielestä he eivät osanneet sanoa, kuinka tapahtuman järjestelyt onnistuivat. Tähän saatiin yksi sanallinen kommentti arvosanalle.

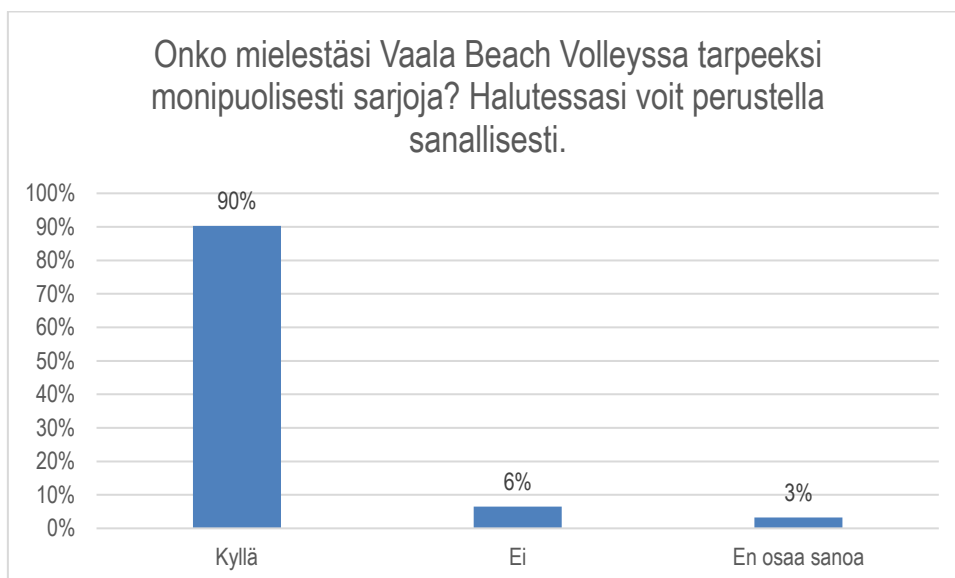
”Paljon oli b-sarjassa odottelua.”

Tapahtumassa on kaksi b-sarjaa, joten tässä ei voida tietää, kumpaa sarjaa tällä kommentilla tarkoitetaan. Aikaisempien kommenttien perusteella voidaan arvioida tässä olevan kyse miesten sarjasta, sillä aiemmin on mainittu, että naisten sarjan aikataulut onnistui tänä vuonna. Miesten sarjan aikataulut olivat esillä seinällä, mutta kyseessä oli kaaviomallilla suoritettava sarja, jolloin edellisten pelien piti loppua ennen kuin saatiin uudet peliparit tietoon. Tästä syystä, kun yksi peli myöhästyi lähes puolella tunnilla, koko sarja myöhästyi, ja jossain vaiheessa pelit olivat yhden pelin verran myöhässä. Tämä myöhästyminen oli järjestäjistä riippumaton, mutta jatkoa varten kaikki palaute on erittäin tärkeää.

3 prosenttia vastaajista ei pitänyt tämän vuoden järjestelyistä ja vastasi arvosanan 2 – huonosti. Syitä tälle arvosanalle oli annettu sanallisesti, joka helpottaa tapahtuman kehittämisessä asiakas-tyytyväisyyden parantamiseksi.

”En pelaa SM-tasolla ja he ovat nyt vieneet meiltä harrastelijoilta hyvän turvallisuuden.”

Sopimus SM-osakilpailusta Suomen Lentopalloliiton kanssa oli 2-vuotinen, ja nämä osakilpailut järjestettiin vuosina 2017 ja 2018. SM-osakilpailun jatkosta Vaalassa ei ole varmuutta, joten voi olla, että tapahtumassa palataan vanhaan kuvioon ensi vuonna. Muihin SM-osakilpailupaikkakuntiin nähden Vaala on erittäin pohjoisessa, joka voi vähentää sen puolen osallistujia. Tämä on syy, miksi tätä tutkimusta lähdettiin toteuttamaan, jotta saadaan tietää, mitä pelaajat ajattelevat näistä muutoksista.

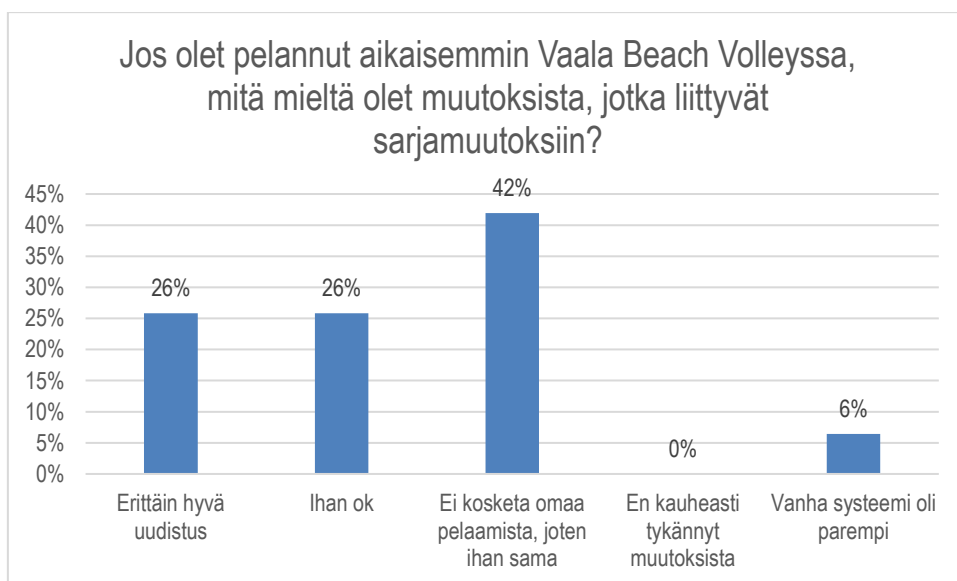


KUVIO 9. Sarjojen monipuolisuus

Suurimman osan eli 90 prosentin mielestä Vaala Beach Volleystä on tarpeeksi monipuolisesti sarjoja. Sanallisissa arvioissa kyllä-vastauksessa kiitetään, kun miesten SM-osakilpailusta karsiutuneet saivat pelata seuraavana päivänä miesten B-sarjassa, jolloin pelit eivät loppuneet heti perjantaina. Jos on saapunut kauempaa viikonlopuksi Vaalaan, ja pelit loppuisivat heti perjantaina olisi varmasti turhauttanut. Nyt heille tarjottiin mahdollisuus jatkaa pelejä järjestäjän omissa sarjoissa lauantaina. 6 prosentin mielestä sarjoja ei ole tarpeeksi monipuolisesti, tätä on perusteltu sanallisesti.

”Ennen pystyi pelaamaan pe/la/su, nyt mahdollisuus vain kahteen sarjaan.”

3 prosenttia vastaajista ei osannut sanoa, onko tapahtumassa tarpeeksi sarjoja. Kuviosta voidaan nähdä, että sarjojen määrä ja monipuolisuus on pelaajien mielestä riittävä. Kuitenkin SM-tason tultua mukaan järjestäjän oma naisten sarja on saatu täytettyä kumpanakin vuonna. Kun vuonna 2016 tapahtuman ollessa pelkästään harrastetason tapahtuma, kumpaakaan naisten sarjaa ei saatu täyteen.



KUVIO 10. Mielenpitoet sarjamuutoksista

Kuvion mukaan 42 prosenttia vastanneista ei ole sen tason pelaajia, jotta sarjamuutokset olisivat heidän osallistumiseensa vaikuttanut, joten heitä tämä muutos ei ole koskettanut. Muutoksista erittäin positiivisesti ajattelevia oli 26 prosenttia vastanneista, kuten myös ”ihan ok”-mielipiteen antaneita. 6 prosenttia vastanneista haluaa vanhan järjestelmän takaisin, jolloin SM-osakilpailua ei olisi,

vaan kaikki sarjat olisivat järjestäjän omia harrastesarjoja. Kuviosta voidaan päätellä, että muutokset on otettu myönteisesti vastaan, kun osa ei ole muodostanut mielipidettä ollenkaan.

Näiden kysymysten vastausten perusteella yleiskokemus tapahtumasta oli positiivinen. Pelaajat ovat olleet pääsääntöisesti tyytyväisiä tapahtuman järjestelyyn sekä muutoksiin. Kuten jo aiemmin todettiin, että kyselyyn vastanneet henkilöt olivat kummaltakin tasolta, jokaisesta sarjasta sekä eri kokemuksen omaavia. Tuloksissa saatiin kokonaiskuva koko tapahtumasta, kuinka se oli onnistunut. Joka kantilta katsotut tulokset ovat pääasiallisesti positiivisia, joten voidaan ajatella tapahtuman yleisesti onnistuneen.

5.1.3 Avoin palaute

Kyselyn lopuksi oli avoinna palautelaatikko, johon sai antaa vapaan palautteen. Sai kertoa sen, mitä mieleen tuli. Pääsääntöisesti palaute oli erittäin positiivista, ja tapahtuma oli koettu mielekkääksi.

"Ranta on aina hoidettu mahtavaan turnauskuntoon, oheistoiminta on myös huippuluokkaa!"

"Toivottavasti kisoja järjestetään jatkossakin. Iso kiitos järjestäjille ja talkooväelle."

"Hieno turnee :)"

"Oulunjärvi on ihana ja sää on ollut viime ja tänä vuonna upea. Lohilautaselle erityispropsit!"

"Tapahtuman kasvu positiivista. Ja hyvä että harrastepuolella on tuomarit järjestäjien puolesta, täten tunnelma on vapaampi pelaajilla kun voi pelien välissä rentoutua!"

"Pienellä paikkakunnalla järjestetään sm tason turnaus niin sen onnistuminen vaatii kovia ponnistuksia iso käsi vielä järjestäjille"

Osa palautteesta sisälsi positiivisten kommenttien lisäksi pieniä kehitysehdotuksia, joiden avulla tapahtumaa saataisiin vieläkin paremmaksi. Näistä palautteista saadaan paljon arvokasta tietoa

jatkoa varten. Tällaisissa kommentteissa näkyy selkeästi, missä on onnistuttu ja mitä voidaan vielä parantaa.

” Ehkä vinkkejä turnauksen kehittämiseen voi hakea esim. Kuopiosta. Itse olin tyytyväinen viikonkoppuun ja odotan innolla ensi vuotta”

” Vaala beachvolley hyvin järjestetty tapahtuma. Turnauksen välieräotteluiden videointi tv lähetyksissä olisi hyvä plussa tulevaisuudessa. Sm-kiertueen osalta siis.”

” Pää kentälle selostus joka peliin, tulee enemmän tunnelmaa kun katsojat pääsevät paremmin peliin mukaan.”

” Ruokailu oli järjestetty tosi hyvin. Aikataulut tuntuivat olevan hieman myöhässä, mutta sitä sattuu aina.”

Naisten B-sarja on jakanut mielipiteitä pelaajien kesken. Sarjan järjestämiseen tehtiin muutoksia tälle vuodelle, mitkä ovat keränneet positiivista palautetta. Osa palautteessa mainituista puutteista on puhtaasti pelaajista itsestään riippuvia. Koska naisten sarjoissa osallistujia on vähemmän, on naisten sarjoilla ollut käytössä vain kaksi kenttää. Ennen SM-osakilpailuiden mukaan tuloa rannalle rakennettiin kymmenen kenttää, nyt rannalle tehdyn remontin jälkeen sinne mahtuu 12. Harrastesarjojen tuomarointi tapahtumassa on järjestetty vapaaehtoisten voimin, missä tuomareina toimivat tapahtumaa järjestävät henkilöt. Osa heistä pelaa harrastesarjoissa, joten ennen tapahtumaa tehdään tuomarointiaikataulut, josta jokainen pelaava tuomari katsoo omat tuomarointivuoronsa. Myös sarjojen pelijärjestelmä on kerännyt palautetta.

” Sm-turnauksesta johtuen yhtä sarjaa pystyttiin pelaamaan vain noin kahdella kentällä, joka ainakin naisten B-sarjassa sai aikaan sen että pelien välissä oli parhaimmillaan melkein kolmen tunnin odottelu. Tämä venytti pelipäivän pitkäksi, joka johti siihen, että viimeisessä pelissä ei tahtonut energia riittää. Samalla SM-kiertueen pelit toivat mielenkiintoisen ”oheisohjelman” jota oli mukava seurata omien pelien lomassa. Vaalassa on oma huikea tunnelma”

” Naisten b-sarjan pelit olisi voinut aikatauluttaa järkevämmiin ja turnauskaavio olisi voinut olla näkyvillä myös pelaajille, jotta olisi voinut ennustaa jatkopelien kulkua paremmin. Nyt joutui odottelemaan kovasti tuloksia ja pelit alkoivat

yhtäkkiä. Oli vaikea suunnitella päivän aikana riittävä syöminen. Lisäksi pelit olisivat voineet olla täysiä 21 pisteen erää”

” Ongelmana välillä ollut aikataulut ainakin naisten b sarjassa, aikataulut eivät ole pitäneet ja pitkiä turhia odotuksia ollut ja joskus jopa kentät tyhjillään. Tänä vuonna toimi jostain syystä paremmin, en kylläkään tiedä oliko sen suhteen tehty muutoksia.”

Miesten sarjoista B-sarja on kerännyt mielipiteitä pelijärjestelmänsä suhteen. Lauantaina pelit alkavat aamulla kello 10 ja jatkuvat pitkälle iltaan, parhaimmillaan iltaseitsemään asti. Tällä hetkellä sarjoissa erät pelataan 15 pisteeseen, jotta päivät eivät venyisi liian pitkiksi kaikille. Lisäksi sekasarjan pelejä on toivottu pidemmiksi. Urheilutapahtumissa aikataulut venyvät välillä, vaikka kuinka paljon suunnittelisi ja ennakoisi. Tilat ja toimitsijat ovat rajallisia, ja viivytysten tullen järjestäjä yrittää järjestää tapahtuman niin, että se sujuisi silti eteenpäin koko ajan.

” Sekasarjan ottelut voisi muuttaa kaksi eräiseksi. Samoin miesten b-sarjassa voitaisiin pelata 21 pisteeseen”

” Ehkä ois parempi jos sekasarjassa pelattais kahden erän pelejä”

” Aina tulee perumisia, mutta oli vaan 3 peliä ja pelien välillä 4 tuntia. Yks peli peruuntu ja pelien välille olis tullu 6 tuntia, mutta onneksi saatiin peli pelattua nopeammin. Pelien välissä liian pitkiä taukoja.”

Palautetta tuli myös itse oheisohjelmasta sekä SM-osakilpailusta. Pääasiassa oheisohjelma on perjantaina illalla, kun siihen aikaan pyörivät vain sekasarjan pelit sekä SM-karsinnat. SM-karsinnat pyörivät omalla porukallaan, niihin on tuomarit sekä muut toimihenkilöt Suomen Lentopalloliiton kautta. Sekasarjaan tarvitaan järjestäjien puolelta muutama tuomari, joten tämän vuoksi oheisohjelma on järjestetty perjantaina.

” Hienoa, että SM-pelejä saadaan Pohjois-Suomeen, mutta voisiko ne pelit pelata toisena viikonloppuna ja palauttaa vanha turnausmalli takaisin? Minua ei henkilökohtaisesti kiinnosta edes käydä katsomassa SM-pelejä.”

” Oheis ohjelma olisi voinut olla paremmin järjestetty esim petangi lauantailla. Ja bingoonkaan ei kukaan ei kavereista kerinnyt ilmoittautua.”

Avoimet vastaukset antavat arvokasta tietoa, joka auttaa kehittämään tapahtumaa kaikille paremmaksi. Osa asioista on sellaisia, joille ei voida mitään, mutta kaikesta tästä palautteesta voidaan ottaa oppia.

5.2 Havainnoinnin tulokset

Tapahtuman järjestäjän näkökulmaa tutkittiin havainnoimalla, joka oli helppoa, koska tutkimuksen tekijä oli mukana tapahtuman järjestämisessä. Tällä tavoin havainnointia päästiin tekemään jo ennen tapahtuman varsinaista alkua. Tutkimuksessa tehtiin huomioita jo tapahtuman järjestämisvaiheessa, ei pelkästään itse tapahtumassa.

Tapahtumaviikolla rannalle rakennettiin teltat, katsomo sekä kentät. Tapahtumaan osallistuu suuri joukko talkooväkeä, jotka olivat mukana niin rakentamisessa kuin purkamisessa. Pitkä historia auttaa siinä, että jokainen tiesi paikkansa tapahtuman järjestämisessä. Kun väkeä oli tarpeeksi, saatiin kaikki rakennettua hyvissä ajoin ja nopeasti. Tällöin vastuu jakautui useammalle henkilölle, eikä kasautunut vain parin henkilön vastuulle. Katsomo toimitettiin paikanpäälle tapahtuman alkamista edeltävänä iltana, jonka aikana se myös pystytettiin rannalle. Perjantaina päivän aikana rannalle toimitettiin kaikki tekninen laitteisto, kuten musiikintoisto, kaiuttimet ja tietotekniset laitteet. Sunnuntaina viimeisten pelien päätyttyä alkoi purkaminen, joka tapahtui erittäin nopeasti. Pääkenttä katsomoineen saatiin purettua, ja tavarat niistä pakattua kuljetettavaan muotoon kahdessa tunnissa. Tähän mennessä harrastesarjojen kentät oltiin keretty jo purkaa, sillä niillä ei sunnuntaina pelattu ollenkaan. Myös telttojen ja muun kaluston purkaminen ja palauttaminen tapahtui sunnuntain aikana.

Ilmoittautumisajan päätyttyä kilpailuvastaava teki sarjojen lohkojaot, jotka toimitettiin sähköpostitse harrastesarjojen tulospalvelusta vastaavalle. Hän teki otteluohjelman Excel-taulukolla, johon oli tehty kaavat, jotta tapahtuman aikana taulukkoon ei tarvinnut syöttää kuin pelien tulokset. Valmiit otteluohjelmat lähetettiin takaisin kilpailuvastaavalle, kuka teki niiden pohjalta otteluohjelma-vihon, joita jaettiin kisatoimistosta pelaajille. Otteluohjelmat jaettiin myös tapahtuman internetsivulle, jotta halukkaat pystyivät käydä tarkastamassa peliaikataulunsa etukäteen. Tänä vuonna, kuten aikaisempinakin vuosina, lohkojaot toimitettiin viikko ennen tapahtumaa. Lohkoihin saattoi tulla viime hetken muutoksia, mutta ne näkyivät vasta tapahtuman alkaessa tapahtumapaikalla. Näistä olisi

pitänyt ilmoittaa kisatoimistoon, sillä sieltä hoidettiin kuulutukset. Välillä pelaaja täytyi kuulutella kentille pelaamaan, ja tällöin piti olla ajankohtainen tieto pelaavista joukkueista, jotta kuulutuksetkin menivät oikein. Myös tuloslistan kannalta nimien tuli olla oikein kisatoimistossa, jotta säästyttäisiin noloilta tilanteilta, joissa kuulutetaan väriä ihmisiä paikalle tai palkitaan.

Useimmat pelaajat maksavat osallistumismaksunsa etukäteen järjestäjän tilille, ja ennen tapahtuman alkua tarkistetaan tiliote, ketkä ovat maksaneet. Tätä varten otetaan yksi erillinen otteluohjelma-vihko, johon merkataan, ketkä ovat maksaneet maksunsa. Siitäkin huolimatta, vaikka maksut olisivat kunnossa, kisatoimiston työtä helpottaa, mikäli pelaajat ilmoittautuisivat toimistossa paikallaolostaan. Tällöin ei tarvitse miettiä, onko tietty joukkue saapunut paikalle ja saadaanko pelit käyntiin ajoissa. Osa pelaajista käy ilmoittamassa, että on paikalla ja samalla mainitsee, mikäli on maksanut jo maksunsa. Joukkueet, jotka maksavat käteisellä osallistumismaksunsa yleensä maksavat heti paikalle tultuaan maksut, mutta osaa joutuu etsimään rannalta ja karhuamaan maksuja. Näistä maksu- ja ilmoittautumisasioista on hyvä tiedottaa pelaajille, että ilmoittautuvat paikalle saavuttuaan sekä maksavat tällöin mahdolliset maksut. Nämä ohjeistukset kannattaa laittaa ilmoittautumisohjeiden yhteyteen internetsivuille.

Perjantaina tapahtuman alkaessa moni oleellinen tavara oli hukassa, tai niitä ei oltu tuotu paikalle. Tapahtuman keskeisessä osassa on kuitenkin pallolaji, joten palloissa pitää olla ilmaa. Tapahtumassa käytettäviä palloja käytetään muuten harvoin, joten ne kerkeävät tyhjentyä. Pallopumppu oli ensimmäinen tavara, minkä huomattiin olevan hukassa, joten palloja ei saatu heti täytettyä. Tämän lisäksi kirjoituslустat sekä kynät ovat helposti katoavia. Kun sarjataulukot ja aikataulut sijoitetaan seinälle, josta pelaajat ja yleisö voi käydä tarkastamassa aikatauluja, niiden sijoittamista varten tarvitaan isoa nitojaa. Tämäkin oli kadoksissa, joten aikatauluja ei saatu heti esille. Pelaajille on tärkeää tietää, milloin he pelaavat ja missä, jotta he voivat suunnitella päivänsä, kuten ruokailut sekä lämmittelyt kunnolla. Joka vuosi tapahtumaa varten hankitaan useita pillejä tuomareille, siltikin ne ovat hukassa vuosittain, minkä takia niitä joudutaan hankkimaan lisää.

Tuomareilla on kokemusta lajista, joten he tuntevat lajisäännöt hyvin. Tuomaritoiminta toimi pääasiassa hyvin ja jouhevasti, sillä vain kolmelle kentälle tarvittiin pelaavia tuomareita. Tällöin saatiin pelit alkamaan ajallaan, mikäli edellinen peli oli pelattu varatun ajan puitteissa. Muilla kentillä oli omat tuomarit, jotka tuomaroivat samalla kentällä koko turnauksen ajan. Kentillä, joita pyöritettiin pelaavilla tuomareilla, aiheutui pieniä viivästyksiä tuomareiden omien pelien vuoksi. Viivytyksiä aiheutti myös, etteivät tuomarit välttämättä tienneet, minne heidän seuraavaksi piti mennä.

Otteluohjelmasta löytyi takasivulta tapahtuma-alueen kartta, josta näki jokaisen kentän sijainnin. Kartasta huolimatta useat pelaajat kyselivät kisatoimistosta pelikenttensä sijaintia, kun eivät tienneet sitä. Tapahtuman aikana kisatoimiston kautta kulkee kaikki peleihin liittyvät asiat, kuten ilmoittautuminen, tulosten syöttö, jatkopelien suunnittelu sekä tuomarointi. Tämän lisäksi sen kautta hoidetaan myös kuulutukset ja musiikintoisto, joten kisatoimistossa pyörii monta asiaa yhtä aikaa. Kisatoimistossa autetaan myös tarpeen vaatiessa pelaajia, mutta tapahtuman aikana työkuorma on muutenkin todella valtava. Näin ollen opastuskylteillä saadaan edes jonkin verran työkuormaa pienennettyä.

Tapahtumassa on paikalla runsaasti yleisöä, joille on pelien seuraamisen lisäksi järjestetty oheisohjelmaa. Kuulutusten avulla yleisö saa tietää, millä kentällä alkaa minkäkin joukkueen peli. Paikallista yleisöä kiinnostaa varsinkin oman paikkakunnan henkilöiden joukkueiden pelit. Oheisohjelman alkamisesta ilmoitetaan kuulutuksilla, niiden aikataulua ei muualta ole saatavissa. Tämän takia useat henkilöt käyvät kysymässä asiaa kisatoimistosta. Tapahtuma-alue on kuitenkin laaja, joten kuulutukset eivät välttämättä kuulu ihan joka puolelle. Tästä syystä monilla saattaa jäädä jokin heitä kiinnostava tieto välistä. Pääasiassa kuulutukset toimivat kuten pitääkin, eli jokainen alkava peli kuulutetaan kenttätietoineen, jotta halukkaat voivat mennä katsomaan peliä.

Viime vuosiin verrattuna tämän vuoden järjestelyissä oli kehitetty ruokapuolta huomattavasti parempaan suuntaan. Aikaisempina vuosina on ollut tarjolla ainoastaan makkaraa, mikä edelleen tänä vuonna teki kauppansa. Suurempaan nälkään ei aikaisemmin ole ollut mitään tapahtuma-alueella. Tänä vuonna oli lauantaina myynnissä lohilautanen, joka sisälsi tuoretta salaattia, ranskalaisia sekä lohta kastikkeineen, ja sunnuntaina oli pyttipannua.

5.3 Kehitysideat

Palautteen sekä havainnointitulosten perusteella on tehty tässä luvussa esitettyjä kehitysideoita tapahtumaan. Koska tutkimuksen toteuttaja on itse mukana tapahtuman järjestämisessä, on tiedossa jo valmiiksi, millaisia muutoksia tapahtumaan voidaan tehdä ja mitä ei. Ehdotetut kehitysideat ovat siis tähän tapahtumaan toteutettavissa olevia.

Riippuen jatkuuko järjestäjän ja Suomen Lentopalloliiton sopimus järjestää jatkossa SM-osakilpailuita Vaalassa, naisten kenttien määrää tulee tarkastella. Naisilla on harrastesarjoissa ennen ollut käytössään kaksi kenttää tähänkin mennessä. Mikäli SM-osakilpailuita ei enää järjestetä, ja naisten sarjojen osallistujamäärä pysyy samalla tasolla kuin nyt, on aiheellista tarjota naisille useampi kenttä käyttöön. Nykyisellä osallistujamäärällä naisten sarja on jaettu neljään lohkoon, joten pitkien pelivälien ehkäisemiseksi joka lohkolle pitää olla oma kenttä käytössä.

Jos SM-osakilpailuiden järjestämistä Vaalassa jatketaan, yleisön kannalta on tärkeää, että varsinkin pääkentän pelejä selostettaisiin. Tämä sekä kohottaa tunnelmaa että pitää yleisön mukana pelissä. Beach volley ei Suomessa kuitenkaan lajina ole niin tunnettu, kuin esimerkiksi jääkiekko, joten kuuluttajan avulla yleisö ymmärtäisi pelin tapahtumia ja käänteitä paremmin. Osa ihmisistä ei syystä tai toisesta ole paikalle päässyt, mutta haluaa silti tietää miten pelit kulkevat. Tällöin vaihtoehtoina ovat joko livestriimaus tai televisiointi. Näistä livestriimausta on käytetty Vaala Beach Volleyssa vuonna 2017 järjestäjän puolesta, tänä vuonna osa joukkueista striimasi SM-osakilpailun loppupelejä omille Facebook-sivuilleen. Tällä tavoin huomioidaan myös heidät, jotka eivät paikalle tällä kertaa pääse, mutta saattavat joku kerta tulla.

SM-osakilpailuiden mukana olo on toisaalta hieman helpottanut järjestäjän työkuormaa viikonlopulta, sillä SM-osakilpailua varten varatut neljä kenttää pyörivät omalla painollaan. Niitä pelejä varten tulee Suomen Lentopalloliitolta kiertuepäällikkö, joka vastaa SM-pelien pyörittämisestä. SM-osakilpailun pelejä varten on erilliset tuomarit sekä toimitsijat, mutta järjestäjän puolelta tulee kentän huoltojoukot. Tämä on myös nostanut harrastesarjoissa naisten sarjan osallistujamäärää edellisiin vuosiin verrattuna. Näiden syiden takia voidaan ajatella, että SM-osakilpailuita kannattaa Vaalassa jatkossakin järjestää. Tilanteessa, jossa SM-osakilpailuita järjestetään edelleen Vaalassa, täytyy tehdä selkeät työvuorolistat, joista nähdään, kuka on tuomaroimassa harrastesarjoja ja kuka huoltamassa SM-sarjojen kenttiä. Tuomarointi vaatii lajin tuntemusta, joten siihen tarvitaan harrastesarjoissa tapahtuman pelaavia tuomareita. Koska heitä on hyvin rajallinen määrä, ja SM-kenttien huolto onnistuu myös vähemmän lajia tuntevilta, kenttien huoltoon kannattaa rekrytoida talkooväkeä esimerkiksi paikallisesta nuorisosta. Tutkimuksen tekijä itsekin aloitti talkootyöt tapahtumassa hakemalla karanneita palloja vedestä ja on päätenyt tilanteeseen, jossa pyörittää harrastesarjojen tulospalvelua.

Vaikka tapahtuma-alueen kartta löytyy otteluohjelman takaa, rannalle pitää pelaajia varten tehdä opasteet varsinkin kauimpia kenttiä varten. Jokaiselle kentälle pitää saada kyltti, joka ilmaisee mikä

kenttä on kyseessä. Parhaimmillaan kenttiä on samassa kohdassa kolme, jolloin pelaajille ei välttämättä ole ihan selvää millä kentällä pitäisi pelata. Numerokyltit esimerkiksi kentän verkkotolppaan auttavat hahmottamaan oikean kentän. Lisäksi opastekyltit kauimpia kenttiä varten auttavat paljon pelaajia löytämään omat kenttensä.

Jotta kisatoimiston työmäärää saadaan vähennettyä, ettei heidän tarvitse enää juosta pitkin rantaa etsimässä pelaajia, ilmoittautumissivulla pitää mainita paikalla ilmoittautumisesta. Mikäli joukkue maksaa osallistumismaksunsa käteisellä, se tulee suorittaa heti tapahtuma-alueelle saavuttua. Tämän lisäksi he, jotka maksavat tilisiirtona ennen tapahtumaa, kävisivät ilmoittautumassa kisatoimistossa olevansa paikalla ja näyttämässä kuittia maksetusta osallistumismaksusta. Näin saadaan minimoitua ylimääräinen etsintätyö, sekä epäselvyydet maksuissa ja jokainen voi keskittyä omaan tekemiseen ilman huolta.

Tapahtumassa on mukana paljon yleisöä, jolle on suunniteltu oheisohjelmaa varsinkin perjantaille. Perjantaina on ohjelmassa petankkia, bingoa sekä tikanheittoa. Näiden aikataulusta pitää tehdä selkeät ilmoitukset esimerkiksi tapahtuman Facebook-sivulle ja kisatoimistoon, tällöin kaikki halukkaat pystyvät ilmoittautumaan mukaan. Tällä tavoin huomioidaan kaikki paikalla olevat, kun on tehty selkeä aikataulutus myös oheistoiminnalle. He näkevät selkeästi lapulta, milloin kuhunkin oheisohjelmaan voi ilmoittautua, ja milloin se alkaa.

Tapahtumaa varten hankitaan paljon pientä tavaraa, jotka joutuvat helposti hukkaan. Näistä tavaroista voidaan tehdä tarkastuslista (LIITE 2), johon merkitään, että tietty tavara on paikalla. Näin huomataan ajoissa jonkin tavarin puuttuminen ja se voidaan hakea jo ennen kuin joku siitä mainitsee. Osa tavaroista on erittäin oleellisia tapahtuman onnistumisen ja sujuvan toiminnan kannalta, joten on tärkeää, että tällaiset tavarat tuodaan paikalle hyvissä ajoin.

6 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli löytää Vaala Beach Volley-tapahtumasta kehityskohteita tutkimalla pelaajatytytyväisyyttä. Toteutin tutkimuksen kahdesta näkökulmasta: pelaajien mielipiteitä tutkin verkkokyselyllä, ja järjestäjän näkökulmaa lähestyin havainnointimenetelmällä. Verkkokyselyssä käytin monivalintakysymyksiä, asteikkoihin perustuvia kysymyksiä ja avoimia vastauksia. Järjestäjän näkökulmaa tutkin tapahtuman sisältä käsin, sillä olen ollut vuosia mukana järjestämässä tapahtumaa. Tulokset, joita tutkimuksessa sain, olivat pääasiassa positiivisia sekä odotettavissa olevia. Tämän vuotisen tapahtuman perusteella osasin odottaa osaa vastauksista, sillä olen itsekkin merkinnyt ne ylös. Muutama vastaus oli uusia näkökulmia, joita en välttämättä huomaa tapahtuman hälinässä. Palaute yhdistettynä havainnointiin löysin hyviä kehitysideoita tapahtuman jatkoa varten.

Olen tyytyväinen opinnäytetyön lopputulokseen, mutta prosessissa on parantamisen varaa. Alkuperäiseen aikatauluun nähden opinnäytetyö valmistui myöhässä. Sain toteutettua tutkimuksen aikataulussa, mutta muun viivästyksen vuoksi pidensin vastausaikaa alkuperäisestä, jotta kaikki hakijat saivat antaa mielipiteensä. Kun rakensin tällaista työtä yksin, se vaati paljon aikaa, jonka takia projektin valmistuminen viivästyi. Itselle tärkeä ja läheinen aihe piti mielenkiinnon ja motivaation työtä kohtaan korkealla.

Tässä työssä käyttämäni menetelmät sopivat mielestäni tähän työhön hyvin. Pelaajakunta tapahtumassa on suuri, joten helpoin tapa tavoittaa heidät kaikki palautetta varten oli tehdä verkkokysely, jota levitin sähköpostitse ja tapahtuman Facebook-sivulla. Pelaajakyselyn tulokset näen luotettavina, sillä sain tuloksia kummaltakin sarjatasolta, jokaisesta sarjasta ja monelta kokemuspohjalta. Tämän lisäksi suunnittelin kysymykset tarkasti, jotta vastaajat tiesivät tarkalleen mitä vastattava kysymys koski. Osassa kysymyksistä oli myös mahdollisuus avata omaa vastausta sanallisesti, jotta ymmärsin paremmin, miksi vastaaja oli antanut kyseisen vastauksen.

Havainnointi sujui luontevasti tapahtuman järjestämisen lomassa, kun kirjasin huomioitani ylös. Vaikka olen ollut mukana tapahtuman järjestämisessä useiden vuosien ajan, tämän vuoden tapahtumaa katsoin puolueettomin silmin, jotta sain kattavan ja todellisen kokonaiskuvan tapahtuman kulusta. Huomasin samanaikaisesti myös omia virheitäni, joita pyrin korjaamaan jatkossa tapahtuman järjestämisessä. Tapahtuman aikana pyritettiin useampi sata peliä, joista parhaillaan pyöri

yhtä aikaisesti 12 peliä. Alkusarjat sujuivat omalla painollaan eteenpäin, koska pelit oli ennalta määriteltä ja aikataulutettu jo ennen tapahtuman alkua. Alkusarjojen jälkeen tulee kiireisin ja stressaavin hetki, sillä pitää saada jatko pelit pyörimään mahdollisimman pian. Tähän olen kuitenkin määritellyt väliajan, jonka aikana sekä pelaajilla että tuomareilla on tauko. Alun perin tätä taukoa ei ollut, mutta alkusarjojen loppumisen hetkestä tuli erittäin stressaava jo sen takia, että pelit lopuivat yhtä aikaa, ja tulokset piti saada pian kirjattua ylös. Stressiä ei vähentänyt monet kymmenet pelaajat, jotka tulivat välittömästi kyselemään omien jatko peliensä perään, missä, milloin ja ketä vastaan. Tämän takia määrittelin tauon alkusarjan ja jatko pelien välille, jonka aikana teen rauhassa ensimmäiset jatko pelit, jotka ilmoitetaan kuuluttamalla sekä viemällä aikataulut seinälle. Pelaajat oppivat tähän nopeasti, että vastaukset tulevat kaikille yhtä aikaa. Löysin myös muita kehityskohteita tätä kautta, mutta yleiskuva tapahtumasta on positiivinen, kuten pelaajillakin. Tapahtumaviikonloppu lukeutuu lempitapahtumiini, pääasiassa tapahtumassa on rento ja hyvä tunnelma. Viikonloppu hujahtaa huomaamatta ohi, kun tapahtumassa viihtyy aamu yhdeksästä aina puolille öin.

Ongelmia esiintyi lähteiden löytämisessä, sillä valitsemistani teemoista oli tehty kattavat teokset, joihin pohjasin tämän työn viitekehityksen. Tämä aiheutti ongelman, joka ilmenee lähteiden vähyytenä. Googlen lisäksi käytin haussa apuna koulun kautta käytettävissä olevia tietokantoja, mutta niistä löytyi juurikin käyttämiäni lähteitä. Kuitenkin pohjateokset olivat mielestäni tarpeeksi kattavia, jotta sain mieleiseni viitekehityksen työlle. Myös pelaajien aktivointi kyselyyn vastaamiseen aiheutti pieniä ongelmia, jotta tuloksesta saatiin mahdollisimman kattava ja luotettava. Kyselyyn johtava linkki laitettiin jakoon tapahtuman alkaessa sekä tapahtuman päätyttyä linkki jaettiin pelaajille sähköpostitse sekä tapahtuman Facebook-sivulla. Myöhemmässä vaiheessa linkki jaettiin Facebookissa uudestaan, kun vastausaikaa oli enää muutama päivä jäljellä. Tämän jaon ansiosta ihmiset, jotka eivät olleet aikaisemmin vastanneet, vastasivat vielä nyt, joten tuloksista saatiin entistä kattavampia.

Tulokset osoittavat pääosilta sen, että tapahtuma on järjestetty onnistuneesti, ja suurelta osin tapahtumasta oli vaikea löytää kehityskohteita. Yleiskuva on, että tapahtuma oli onnistunut. Muutamia epäkohtia löytyi ja niistä olen tehnyt kehitysideoita sen mukaisesti, jotka ovat järkevästi toteutettavissa tapahtumaa ajatellen. Tapahtuma on sisällön kannalta risteyskohdassa, sillä jatkosta ei ole varmuutta jatkuuko Vaalassa SM-osakilpailuiden järjestäminen vai ei. Tästä syystä osa kehitysideoista voidaan toteuttaa, mikäli SM-osakilpailuita jatkossa järjestetään ja päinvastoin.

LÄHTEET

Ehkäisevä päihdetyö EHYT ry. 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. Viitattu 29.10.2018, https://www.vahvike.fi/sites/default/files/perussivu-pdf/tapahtumajarjestajan_opas.pdf.

FC SOHO ry. 2017a. Turnaushistoria 1989-2017. Viitattu 14.9.2018, <http://www.vaalabeachvolley.com/historia.html>.

FC SOHO ry. 2017b. Vuoden 2018 turnaus. Viitattu 14.9.2018, <http://www.vaalabeachvolley.com/sarjat18.html>.

FC SOHO ry. 2017c. Turnaushistoria 2002-2017. Viitattu 19.11.2018, <http://www.smrnkari.com/historia.html>.

FC SOHO ry. 2018. Yhdistyksen säännöt. Vaala.

Heimonen M. 2017. Asiakaskokemuksen mittaaminen ja kehittäminen. Viitattu 12.11.2018, <https://www.ecraft.com/fin/blog/2017/10/18/asiakaskokemuksen-mittaaminen-ja-kehittminen>.

Hirsjärvi S., Remes P. & Sajavaara P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13.-14. osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi

Kokkonen O. 2006. Asiakastyytyväisyys kaiken perusta. Viitattu 7.11.2018, <http://www.qk-karjalainen.fi/fi/artikkelit/asiakastyytyvaeisyys-kaiken-perusta/>.

Laiho T. 2016. Miten luodaan erinomainen asiakassuhde? Viitattu 22.11.2018, https://www.marmai.fi/blogit/laihon_klinikka/miten-luodaan-erinomainen-asiakassuhde-6310044.

Landtman S. 2016. Asiakaskokemus netissä ja sen vaikutus konverioihin. Viitattu 10.11.2018, <http://www.omdblog.fi/tech/asiakaskokemus-netissa-ja-sen-vaikutus-konversioihin>.

Levänen, K. 2018. Onko asiakastyytyväisyys aidosti yksi liiketoimintamittareistasi? Viitattu 6.11.2018, <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/onko-asiakastyytyvaisuus-aidosti-yksi-liiketoimintamittareistasi>.

Ojasalo K., Moilanen T. & Ritalahti J. 2014. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uudistettu painos. Helsinki:Sanoma Pro Oy

Rope T. & Pöllänen J. 1998. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. 4.painos. Juva:WSOY.

Sorsa, A. 2018a. Kisaorganisaation terveiset. 30. Vaala Beach Volley SM-osakilpailu 6.-8.7.2018 otteluohjelma, 3.

Sorsa, A. 2018b. Kysymyksiä. SM-osakilpailun kilpailuvastaava, Fc Soho ry. Sähköpostiviesti 6.11.2018.

Suomen Lentopalloliitto Ry. 2017a. Miehet Vaala / joukkueet. Viitattu 27.11.2018, <https://beach-volley2017.torneopal.fi/taso/ilmoittautuneet.php?sarja=M2>.

Suomen Lentopalloliitto Ry. 2017b. Naiset Vaala / joukkueet. Viitattu 27.11.2018, <https://beach-volley2017.torneopal.fi/taso/ilmoittautuneet.php?sarja=N2>.

Suomen Lentopalloliitto. 2018. Vaala Beach Volley juhlii 30. turnausta SM-osakilpailun merkeissä. Viitattu 14.9.2018, <http://www.lentopalloliitto.fi/elamyksia/uutiset/uutisarkisto/2018/07/vaala-beach-volley-juhlii-30.-turnausta-sm-osakilpailun-merkeissa.html>.

SurveyMonkey. 2018. Asiakastyytyväisyyskyselyt. Viitattu 12.11.2018, <https://fi.surveymonkey.com/mp/customer-satisfaction-surveys/>.

Tapahtumakaupunki Jyväskylä. 2016. Tapahtumajärjestäjän opas – Järjestä onnistunut tapahtuma Jyväskylässä. Viitattu 5.11.2018, https://www.jkl.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/jyvaskyla/embeds/jyvaskylawwwstructure/85052_Tapahtumajarjestajan_opas_syyskuu_2016.pdf.

Tovari. 2018. Asiakaskokemus – mitä, miksi, onko pakko? Viitattu 10.11.2018, <https://tovari.fi/asiakaskokemus/>.

Vallo H. & Häyrinen E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 5. uudistettu painos. Helsinki:Tietosanoma.

Vilka H. 2015. Tutki ja kehitä. 4. uudistettu painos. Juva:PS-kustannus.

Webropol. 2018. VBV2018. Sisäinen lähde. Viitattu 25.11.2018, <https://report.webropolsurveys.com/reports/ViewReport.do?formId=AC9AD718-DE7D-45CA-9E03-4B4686A9A174>.

VAALA BEACH VOLLEY

Pelaajatyytyväisyyskysely

1. Pelasitko... *

- SM-osakilpailussa?
 harrastepuolella?

2. Tämä vuosi mukaan luettuna, montako kertaa olet osallistunut Vaala Beach Volley -turnaukseen? *

- kerran
 2-5 kertaa
 6-10 kertaa
 useammin

3. Missä sarjoissa pelasit tänä vuonna? *

- Sekasarja
 Miehet B
 Naiset B
 Miehet C
 Miesten SM-osakilpailu
 Naisten SM-osakilpailu

4. Jos olet ollut aikaisemmin pelaamassa Vaala Beach Vollelyssa, mikä on houkutteli palaamaan?

- Tunnelma
 Sarjat
 Tapahtuma-alue

Joku muu, mikä?

5. Asteikolla 1-5, kuinka tämän vuoden järjestelyt onnistuivat? Halutessasi, voit perustella arviotasi sanallisesti. *

1 - Tosi huonosti

2 - Huonosti

3 - En osaa sanoa

4 - Hyvin

5 - Tosi hyvin

6. Onko mielestäsi Vaala Beach Volleyssa tarpeeksi monipuolisesti sarjoja? Halutessasi voit perustella sanallisesti. *

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

7. Jos olet pelannut aikaisemmin Vaala Beach Volleyssa, mitä mieltä olet muutoksista, jotka liittyvät sarjamuutoksiin?

Erittäin hyvä uudistus

Ihan ok

Ei kosketa omaa pelaamista, joten ihan sama

En kauheasti tykännyt muutoksista

Vanha systeemi oli parempi

8. Nyt voit antaa meille vapaasti palautetta, mitä mieleen tulee! 😊


9. Kiitos, kun autat tapahtuman kehittämisessä, ja Lauraa valmistumaan! 😊

Kaikkien kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan Vaala Beach Volley -t-paita, jos haluat osallistua arvontaan, jätä alle yhteystietosi!

Etunimi _____
Sukunimi _____
Matkapuhelin _____
Sähköposti _____
Osoite _____
Postinumero _____
Postitoimipaikka _____

Vaala Beach Volleyn tarkistusluettelo

Seuraavat tavarat tulee olla tapahtumapaikalla ennen tapahtuman alkua pe klo 17.

- Pelipallot
- Pallopumppu/-pumput
-  Nitoja ja niitit
- Kirjoitusalusstat
- Kyniä
- Pillit
- Pyyhkeet rantakentille
- Tulostin
- Tulostuspaperia
- Teippiä
- Palkinnot
- Pöydät
- Tuolit
- Teltat
- Grilli
- Äänentoistolaitteisto
- Ensiaputarvikkeet
- Kisatoimiston kello
- Jääkaappi kisatoimistoon