

Susanna Suomi

MIKKELIN RAVITAPAHTUMIEN KIINNOSTAVUUS JA KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyö

Matkailu- ja ravitsemisalalan ammattikorkeakoulututkinto

Matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutus (amk)

2020



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tekijä	Tutkintonimike	Aika
Susanna Suomi	Restonomi (AMK)	toukokuu 2020
Opinnäytetyön nimi		
Mikkelin ravitapahtumien kiinnostavuus ja kehittäminen		58 sivua 14 liitesivua
Toimeksiantaja		
Mikkelin Ravirata Oy		
Ohjaaja		
Eeva Koljonen		
Tiivistelmä		
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mikä tekee Mikkelin ravitapahtumista kiinnostavia, ja tehdä työn tulosten perusteella kehitysehdotuksia toimeksiantajalle. Työ toteutettiin yhteistyössä Mikkelin Ravirata Oy:n kanssa.</p> <p>Työn teoriatausta koostuu tapahtuman järjestämisestä, asiakaskokemuksesta sekä ravitapahtuman elämyksellisyydestä. Tutkimusongelmana on, kuinka ravitapahtumaan saadaan lisää katsojia. Jatkokysymyksenä voidaan pitää sitä, millaisia tapahtumakonsepteja ja palveluja ravit vaatisivat, jotta ne olisivat entistä kiinnostavampia.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen. Tutkimusaineisto kerättiin kyselylomakkeella. Kyselylomake oli saatavilla 21.2.–9.3.2020 sähköisenä sekä 22.2. ja 8.3. raveissa paperisena versiona. Yhteensä kyselyyn vastasi 293 henkilöä. Kyselytutkimus suunnattiin Mikkelin seudulla asuville ihmisille. Kyselylomakkeella selvitettiin vastaajien mielikuvia raveista, esteitä osallistua raveihin sekä odotuksia Mikkelin ravitapahtuman palvelutarjonnasta.</p> <p>Kyselyn perusteella ihmiset odottavat ravitapahtumilta elämyksellisyyttä sosiaalisuuden, huippu-urheilun, hyvän tunnelman ja arjesta poikkeavuuden kautta. Henkilöt, jotka eivät ole ennen käyneet raveissa, pitivät raviurheilua vaikeasti lähestyttävänä. Yleisesti ihmisten mielikuvat raviurheilusta ovat hyviä, mutta ravitapahtumaa pidetään pitkästyttävänä lähtöjen väleistä puuttuvan ohjelman takia.</p> <p>Tutkimuksen perusteella luotiin kolme tapahtumakonseptiehdotusta, jotka tekisivät Mikkelin raveista houkuttelevia. Tapahtumakonseptit perustuvat kyselyn tuloksiin. Erityisesti toivottiin teemoja ensikertalaiset raveissa, lasten päivä ja sesongin mukaiset teemat. Näiden perusteella syntyivät konseptit <i>ravit tutuiksi</i>, <i>lasten ravit</i> sekä <i>lähiruoka-ravit</i>. Konseptit keskittyvät erityisesti lisäämään raveista puuttuvaa oheishjelmaa. Kyselyn vastausten pohjalta Mikkelin Raviradalla tulisi kehittää myös ravintolatoimintaa, palveluiden tunnettavuutta sekä katsomoiden viihtyvyyttä.</p>		
Asiasanat		
raviurheilu, tapahtuma, tapahtumakonsepti, asiakaskokemus, elämys, kyselytutkimus		

Author	Degree	Time
Susanna Suomi	Bachelor of Hospitality Management	May 2020
Thesis title		58 pages
Attractivity and improvement of harness racing events in Mikkeli		14 pages of appendices
Commissioned by		
Mikkelin Ravirata Oy		
Supervisor		
Eeva Koljonen		
Abstract		
<p>The subject of the thesis was attractivity and improvement of harness racing events in Mikkeli. The objective was to examine what makes harness racing events interesting and to make development proposals based on the results of the research.</p> <p>The theoretical part of the work consists of organizing the event, customer experience and how experiences are born in the harness racing event. The research problem was how to get more people to attend the harness racing events.</p> <p>A quantitative research method was the main method of collecting material. The material was collected with a survey, which was available from 21 February to 9 March 2020 on the internet. The survey was also available on paper in two racing events. Together 293 people answered to the survey. The survey focused on people who live in the Mikkeli area.</p> <p>The research results indicate that people expect experiences from harness racing events. They expect sociality, top sports, a great atmosphere and something, that is different in comparison with their normal life. People, who have never earlier gone to a harness racing event, find harness racing difficult to approach. People's images of harness racing are good, but they consider harness racing events tiresome, because of the lack of side show.</p> <p>As development proposals there were created three event concepts, that would make harness racing events in Mikkeli more attractive. The event concepts are based on the results of the survey. Related to the event themes people wished to see first timers in harness racing events, a children's day and themes, that are based on seasons. On the grounds of those themes three concepts were created: <i>getting to know the harness racing</i>, <i>children's day</i> and <i>local food in the harness racing event</i>. Based on the survey, the development of restaurant operations, awareness of the facilities and comfort of the auditoriums should be also considered in Mikkeli Ravirata.</p>		
Keywords		
harness racing, sports event, event concept, customer experience, experience, survey		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TYÖN TAUSTA	7
2.1	Tutkimuksen tarve	7
2.2	Toimeksiantaja.....	8
3	TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN.....	9
3.1	Tapahtuman suunnittelu	9
3.2	Tapahtuman tavoite ja luonne	9
3.3	Tapahtumakonseptointi	11
3.4	Asiakas osana kehittämistyötä.....	12
4	ASIAKASKOKEMUS	13
4.1	Asiakaskokemuksen muodostuminen.....	13
4.2	Tapahtuman kosketuspisteet ja niiden kartoitus	16
5	RAVITAPAHTUMAN KIINNOSTAVUUS	18
5.1	Raviurheilun nykytilanne Suomessa.....	18
5.2	Ravitapahtuman sisältö katsojan näkökulmasta	19
5.3	Ravitapahtuman elämyksellisyys	21
5.4	Ravitapahtuman haasteet katsomossa.....	23
6	KYSELY KARTOITTAMASSA KATSOJIEN TARPEITA.....	24
6.1	Tutkimusmenetelmä	24
6.2	Kyselyn tavoitteet ja toteutus	26
6.3	Kyselyn tulokset.....	28
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	43
7.1	Johtopäätökset	43
7.2	Tulosten luotettavuus.....	47
7.3	Kehittämisehdotukset	48
7.3.1	Ravit tutuiksi	49
7.3.2	Lasten ravit	51

7.3.3	Lähirooka-ravit.....	52
8	YHTEENVETO	54
	LÄHTEET.....	56

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Liite 2. Frekvenssitaulukot

1 JOHDANTO

Raviurheilu on kuulunut pitkään seuratuimpiin urheilulajeihin Suomessa. NykYTEKNOLOGIAN kehitys ja peliyhtiöiden yhdistyminen ovat kuitenkin helpottaneet ravien seuraamista kotoa käsin. Tämä digitalisaatio aiheuttaa raviradoille ongelmia, koska on yhä vaikeampaa houkutellessa katsojia paikan päälle raveihin. Katsojamäärät ovat laskeneet viime vuosikymmenen aikana, ja ravitapahtumat toteutuvat edelleen samalla kaavalla kuin esimerkiksi parikymmentä vuotta sitten. Siksi ravitapahtumia täytyisi kehittää päivittämällä ne tähän päivään, ja niille pitäisi luoda lisäarvoa, joka saisi katsojat innostumaan uudestaan raveista.

Katsojamäärien putoaminen on yleisesti tunnistettu ongelma ympäri Suomea. Luonnollinen valinta raviradoista kehittämisen kohteeksi asuinpaikkani perusteella oli Mikkelin Ravirata Oy. Yritys toimii työni toimeksiantajana, ja se esitellään tarkasti luvussa 2.2. Mikkelin Raviradalle ei ole aikaisemmin tehty vastaavanlaista opinnäytetyötä, ja asiakaskyselyt ravitapahtumista ovat koskettaneet pääosin vain St Michel -raveja. Kiinnostukseni valitsemaani aihealuetta kohtaan on lähtöisin edellisestä koulutustaustastani ja hevosharrastuksestani. Opinnäytetyön aihealueen myötä sain valittua teoriaosuuteen itselleni vieraampia aiheita, ja sain myös laajennettua tätä kautta omaa osaamistani.

Opinnäytetyön tutkimusongelmana on, kuinka raveihin saataisiin lisää katsojia. Tutkimusosa keskittyy Mikkelin ravien kiinnostavuuteen ja ihmisten tyytyväisyyteen Raviradan palveluihin. Tavoitteena on selvittää, mikä tekee Mikkelin ravitapahtumista entistä kiinnostavampia. Tutkimus on toteutettu kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla, ja tutkimusmateriaali on kerätty kyselylomakkeella. Teoriaosuus puolestaan käsittelee tapahtuman järjestämistä ja asiakaskokemusta. Lisäksi kerrotaan raveista yleisesti sekä tarkemmin ravien elämyksellisyydestä ja haasteista. Opinnäytetyön tuotoksena tehtiin Mikkelin Raviradalle kehitysehdotuksia, jotka perustuvat kyselytutkimuksen tuloksiin. Opinnäytetyö toteutetaan kevään 2020 aikana.

2 TYÖN TAUSTA

Tässä luvussa mietitään tarvetta opinnäytetyön tutkimukselle sekä esitellään työn toimeksiantaja tarkasti.

2.1 Tutkimuksen tarve

Ravialan nykytilanteesta selvityksiä tehneen Saastamoisen (2019, 2) mukaan ravit eivät enää mahdu kymmenen seuratuimman urheilulajin joukkoon. Raviala kilpailee muiden ajanviettopapojen kanssa tilanteessa, jossa vapaa-aika ei enää lisäännä. Raviurheilun ja hevoskasvatuksen keskusjärjestön Suomen Hippoksen tytäryhtiön Fintoton yhdistyessä Veikkaukseen vuonna 2017, rävien katsominen helpottui huomattavasti mobiililaitteilta (Suomen Hippos ry 2016). Veikkaus tarjoaa mahdollisuuden katsoa raveja ilmaiseksi verkkosivuiltaan käyttäjän rekisteröityessä Veikkauksen asiakkaaksi. Tämä on edes auttanut katsojapulaa raviradoilla, koska nykyään on niin helppoa seurata ja samalla pelata raveja omalta kotisohvalta ilman ylimääräisiä kuluja. Myös Suomen Hippos, eli Suomen raviurheilun ja hevoskasvatuksen keskusjärjestö, on tunnistanut vähenevän katsojamäärän, ja sen vuosien 2018–2020 strategiaan kuuluvatkin teemat *kiinnostava raviurheilu* sekä *vetovoimaiset tapahtumat* (Saastamoinen 2019, 3).

Mikkelin Raviradalla on myös havaittu ongelma vähenevästä katsojamäärästä, ja opinnäytetyön tavoitteena onkin selvittää, mikä tekee ravitapahtumista kiinnostavia. Tutkimusongelmana on, miten Mikkelin raveihin saataisiin lisää katsojia. Opinnäytetyön toimeksiantaja toivoi kehittämissuunnitelmien liittyvän tapahtumakonseptin suunnitteluun, joten tutkimusongelman lisäksi täytyy myös miettiä, millaisia tapahtumakonsepteja ravit vaatisivat, jotta ravitapahtuma houkuttelisi lisää katsojia. Voidaan myös pohtia, minkälaisia palveluita raviradalle kaivataan lisää. Kvantitatiivinen tutkimus toteutetaan kyselytutkimuksen avulla. Sen tarkoituksena on selvittää, mikä saisi ihmiset lähtemään raveihin, ja toisaalta mikä estää heitä lähtemästä sinne.

Kyselytutkimus kohdentuu erityisesti Mikkelin ja sen lähialueilla asuviin henkilöihin, koska nämä ovat potentiaalisimmat ryhmät tulla seuraamaan raveja paikan päälle. Kyselytutkimus sopii tämän kaltaiseen tutkimusongelmaan,

jossa olisi hyvä saada mahdollisimman monen ihmisen mielipide ja mahdollisimman paljon tutkimusmateriaalia. Tutkimus toteutetaan kyselylomakkeen avulla, joka on saatavissa sekä sähköisenä että paperisena versiona. Tutkimuksen teoriatausta koostuu asiakaskokemuksesta, tapahtumakonseptoinista sekä ravien elämyksellisyydestä. Lisäksi käsitellään ravialan nykytilannetta sekä ravitapahtuman sisältöä ja haasteita. Opinnäytetyön kyselytutkimuksen tulosten perusteella on tarkoitus saada mietittyä Raviradalle hyödyllisiä kehitysehdotuksia, joita Ravirata voi hyödyntää omissa ravitapahtumissaan, ja houkuttaa näiden avulla lisää katsojia raveihin. Kehitysehdotukset toteutetaan tapahtumakonsepteina, joita toimeksiantaja pyysi kehittämään ravitapahtumien sisällön parantamiseen.

2.2 Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Mikkelin Ravirata Oy, joka on Mikkelissä vuonna 1973 perustettu osinkoa jakamaton osakeyhtiö. Nykyään suurin osakkeenomistaja on Mikkelin kaupunki, joka omistaa myös maa-alueen, jota rata-yhtiö vuokraa. Mikkelin raviradan muoto poikkeaa hieman muista radoista, ja radalla onkin juostu monia kansainvälisiä ennätyksiä, mm. Varennen maailmanennätys vuoden 2002 St Michel -ajossa. Ensimmäinen St Michel -ajo järjestettiin radalla vuonna 1981, ja sen jälkeen tapahtuma on vakiinnuttanut asemansa yhtenä ravikesän päätapahtumista. (Mikkelin Ravirata Oy s.a.) Nykyään tapahtuma on kaksipäiväinen, ja siihen osallistuu n. 20 000 ihmistä tehden St Michel -raveista toiseksi suosituimman ravitapahtuman Suomessa kävijämäärän perusteella (Hevostalous lukuina 2018).

St Michel -ravien suosio on jo hyvin vakiintunutta, ja se kerää paljon yleisöä paikalle vuosittain (TAK Research 2019). Ongelmana onkin se, kuinka saada ihmiset innostumaan raveihin paikan päälle myös ns. tavallisiin raveihin, kun voisi paljon mukavammin katsoa raveja kotoa käsin. Mikkelin Raviradalla on yhteensä 17 ravipäivää vuonna 2020 pois lukien yhden Savonlinnassa järjestettävät ravit, eli 14 muutakin ravipäivää kuin St Michel -ravit (Suomen Hippos ry 2019a). Tämä on kuitenkin esimerkiksi taloudellisessa mielessä jo merkittävä määrä ravipäiviä, eli olisi hyvin tärkeää saada katsojia myös näihin muihin raveihin. Taloudellinen merkitys korostuu erityisesti nyt, kun Mikkelin Raviradalle tehtiin vuoden 2019 lopussa massiivinen rataremontti, joka maksoi

noin 1,8 miljoonaa euroa (Heikkinen 2020). Suurin osa raviratojen tuloista tulee vedonlyöntipelien kautta, mutta Mikkelin Raviradan pitäisi yrittää hyötyä erityisesti nyt pienistäkin rahavirroista rataremontin aiheuttamien investointien vuoksi.

3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Tässä luvussa käsitellään yleisesti tapahtuman suunnittelua, ja avataan tarkemmin tapahtumakonseptoinnin käsitettä. Lisäksi käydään läpi tapahtuman tavoitteen ja luonteen tärkeys. Luvussa pohditaan myös asiakkaan mukana olon tärkeyttä tapahtuman suunnittelussa.

3.1 Tapahtuman suunnittelu

Ravien kaltaista urheilutapahtumaa voi olla vaikea hahmottaa, mitä työhön kuuluu ja mistä pitäisi aloittaa. Tapahtuman järjestämistä voidaan verrata projektiin, joka etenee vaiheittain. Tapahtuman suunnittelu lähtee ideasta, jota seuraavat tavoitteiden määrittely, suunnittelu, toteutus ja päättäminen. (Iiskola-Kesonen 2006, 8.)

Kun yleisötapahtumaa lähdetään ideoimaan, on syytä miettiä seuraavia seitsemää asiaryhmää: asiakasta, tavoitetta, paikkaa, tapaa toimia, imagoa, ajan kohtaa ja tuotetta (Kauhanen ym. 2002, 35). Tapahtuman suunnitteluvaiheessa on todella tärkeää miettiä erityisesti miksi, ja kenelle tapahtuma tehdään. Tähän vaiheeseen kuuluu myös tavoitteiden mietintä. Ne voivat olla esimerkiksi taloudellisia, imagollisia tai kilpailullisia tavoitteita. Tapahtuman tavoite voi toisaalta olla pelkästään paikkakunnan elävöittäminen. Huolellinen suunnittelu auttaa arvioimaan, ovatko tavoitteet realistisia ja selkeästi määriteltäviä. Suunnittelulle on syytä varata tarpeeksi aikaa, koska sanonta ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” pätee tapahtuman järjestämiseen. (Iiskola-Kesonen 2006, 9–10.)

3.2 Tapahtuman tavoite ja luonne

Tapahtuman tavoitteet voivat olla hyvin erilaisia, kuten jo edellä mainittiin. Joskus tapahtumia kuitenkin järjestetään vain, koska niin on ollut aina tapana.

Järjestäjä ei enää mieti syvällisesti tapahtuman tavoitetta, vaan järjestää tapahtuman samalla kaavalla kuin aina ennenkin. Tuloksena voi olla epämääräinen tilaisuus, jonka onnistumista jälkikäteen on vaikea arvioida, koska tapahtumalla ei ole ollut selkeitä tavoitteita. Näin tapahtuu usein tapahtumille, joita järjestetään samalla kaavalla useammin vuoden aikana. (Vallo & Häyrynen 2014, 111.) Ravitapahtumien mielenkiintoisuuden puute voi johtua tästä, että raveja järjestetään hyvin samanlaisella kaavalla päivästä toiseen. Ravien järjestäjät eivät mieti tarpeeksi ravitapahtuman tavoitetta tai sitä, mitä he haluat katsojille viestiä. Tapahtuman jännittävyys kärsii paljon siitä, että se toteutetaan aina samalla kaavalla. Kuitenkin raveja seuraavat ja niihin katsojana osallistuvat ihmiset saattavat seurata raveja 363 päivää vuodessa, jolloin tapahtuman itsensä toistaminen ei ole ollenkaan hyvä asia.

Liskola-Kesosen (2006, 16–17) mukaan onnistunut tapahtuma edellyttää, että järjestäjä on tietoinen siitä, mitä tapahtumassa tarjotaan ja kuinka osallistujat viihtyisivät mahdollisimman hyvin. Siksi heti tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa on tärkeää selvittää tapahtuman olemassaolon syy, josta muodostuu tapahtuman luonne. Esimerkiksi kilpaurheilutapahtumissa, kuten ravitapahtumassa, ydin on itse urheilulaji sekä kilpailu paremmuudesta. Ydinpalvelun lisäksi tapahtuma tarvitsee onnistuakseen tukipalveluita, joita voivat olla esimerkiksi lipunmyynti, ja lisäpalveluita, joita ovat esimerkiksi ravintolapalvelut. Nämä kolme yhdessä muodostavat tapahtuman peruspalvelupaketin. Huolellisesti mietitty peruspalvelupaketti on tärkeä osa onnistunutta tapahtumaa. Se kertoo, miksi tapahtuma järjestetään, mitä se tarjoaa, kenelle tapahtuma tehdään ja kuinka se toteutetaan.

Monissa tapahtumissa selkeästi näkee päätapahtuman ulkopuolisia tapahtumia tai palveluita, jotka kuitenkin aina jollain tavalla ovat vuorovaikutuksessa päätapahtuman kanssa. Nämä lisäpalvelut eivät välttämättä liity tapahtuman varsinaiseen päämäärään, mutta ne tuovat tapahtumalle lisäarvoa. Lisäpalveluita mietittäessä on tärkeä pitää mielessä tapahtuman kohderyhmä. (Kauhanen ym. 2002, 53.)

Urheilutapahtumassa järjestäjä saattaa olettaa, että tapahtumaan osallistuu ainoastaan asiantuntevaa yleisöä, mutta järjestäjän on varauduttava palvelemaan myös tietämättömiä osallistujia. Näistä ihmisistä voi myöhemmin tulla

tapahtuman kanta-asiakkaita. On tärkeää muistaa, että asiakkaalle jää tapahtumasta ainoastaan hänen omat kokemuksensa. Miellyttävä kokemus saa ihmisen tulemaan ja osallistumaan tapahtumaan uudestaan. (Iiskola-Kejonen 2006, 20.)

Opinnäytetyö liittyy tapahtuman suunnitteluvaiheeseen, koska ravitapahtumaa voidaan uudelleen suunnitella kehitysideoiden pohjalta. Lisäksi kyselytutkimus antaa suuntaa siitä, millaisia lisäpalveluita ihmiset toivoisivat ravitapahtuman peruspalvelupakettiin. Kysely selvittää myös yleisesti kävijöiden toiveita ja vaatimuksia ravitapahtumaa kohtaan. Toisaalta opinnäytetyö liittyy tapahtuman luonteen ja tavoitteiden määrittelemiseen, koska kyselytutkimus kertoo ihmisten odotuksista ravitapahtumaa kohtaan.

3.3 Tapahtumakonseptointi

Konseptilla tarkoitetaan palvelun, tässä tapauksessa tapahtuman, suurta kuvaa. Se kuvastaa keskeistä ideaa sekä kokonaisuutta pienten yksityiskohtien sijaan. (Tuulaniemi 2011.) Tapahtumakonsepti auttaa ideoimaan, suunnittelemaan ja toteuttamaan tapahtumat vuosittain samaan kaavaan perustuen. Silti tapahtumat ovat täysin erillisiä, vaikka ne ovatkin saman konseptin mukaisia: tapahtumakonsepti on kuin kaavapohja tapahtuman toteutuksen avuksi. Vaikka tapahtumakonsepti olisi hyvin suunniteltu ja määritelty, on silti tärkeää miettiä jokaisessa erillisessä tapahtumassa tapahtuman teemaa ja tavoitetta. (Vallo & Häyrinen 2014, 271.)

Vallo ja Häyrinen (2014, 103–105) kertovat, että tapahtumakonsepti muodostuu hyvästä ideasta, joka syntyy vastaamalla kolmeen strategiseen kysymykseen. Näiden kysymysten vastaukset pysyvät usein samana, vaikka tapahtuman toteutustapa voi muuttua ajan saatossa. Idea on punainen lanka, joka kulkee läpi koko tapahtuman.

1. Miksi tapahtuma järjestetään? (tavoite, mitä halutaan viestiä)
2. Kenelle tapahtuma järjestetään? (Miten tavoitteet saadaan toteutumaan valitussa kohderyhmässä?)
3. Mitä järjestetään? Missä ja milloin? (Tapahtuman luonne)

Lisäksi ennen tapahtumakonseptin muodostumista täytyy vastata myös kolmeen operatiiviseen kysymykseen. Operatiivisten kysymysten vastauksista muodostuu vastaus siihen, mikä on tapahtuman teema. Teema on tapahtuman kattoajatus, joka pitää tapahtuman koossa. Sen tulee heijastella tapahtuman ideaa.

1. Miten tapahtuma järjestetään? (Miten tavoite saadaan välitetyksi? Miten tapahtuman idea ja teema näkyvät?)
2. Millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on? (Miten kohderyhmä otetaan huomioon?)
3. Kuka toimii isäntänä? (Vastuuhenkilöt)

Strategisten ja operatiivisten kysymysten täytyy olla tasapainossa. Jos jokin osa-alue on epätasapainossa suhteessa muihin, ei tapahtumasta välttämättä tule onnistunutta. Jos suunnittelussa on käyty läpi nämä kuusi kysymystä, ja haettu niihin kaikkiin vastaukset, lähtökohta onnistuneelle tapahtumalle on hyvä. Onnistuneessa tapahtumassa on kohderyhmää ilahduttavaa yllätyksellisyyttä ja yksityiskohtia. (Vallo & Häyrinen 2014, 106–109.) Kehittämisehdotuksien tapahtumakonsepteissa on tärkeää muistaa vastata näihin kuuteen edellä mainittuun kysymykseen, jotta konsepteista tulee mahdollisimman onnistuneita.

3.4 Asiakas osana kehittämistyötä

Asiakkaan kuunteleminen kehittämistyössä on tärkeää, ja tällä tavoin yritys voi saada ymmärrystä asiakkaiden toiminnasta ja ajatuksista. Tuloksena voi syntyä merkittäviä kilpailuetuja. Asiakkaan osallistaminen voi tapahtua joko kvantitatiivisella tai kvalitatiivisella tutkimuksella. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus tapahtuu usein kyselyn muodossa, ja tarkoituksena on saada mahdollisimman runsas aineisto. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus taas perustuu esimerkiksi haastatteluihin tai havainnointiin. Sen tarkoituksena on saada vähemmän, mutta syvällisempää tietoa. Asiakasta kuuntelemalla voidaan saada tärkeitä tietoja siitä, miten asiakas toimii kohdatessaan yrityksen. Luotettavimman tiedon asiakkaalta saa esimerkiksi tapahtumassa paikan päällä heti kokemuksen jälkeen, koska ihmisen muistijälki heikkenee jo yhden nukutun yön jälkeen. (Mattinen 2006, 46-49, 62-63.) Siksi ajattelin viedä kyselyn sähköisen

version lisäksi paikan päälle raveihin, jotta ravitapahtuman katsojat voivat vastata kokemuksiinsa raveista heti kokemuksen synnyttyä.

Myös Vallo ja Häyrinen (2014, 163) ovat sillä kannalla, että olisi hyvä kuunnella enemmän tapahtuman kohderyhmää suunnitteluvaiheessa esimerkiksi ottamalla heidät mukaan sosiaalisen median kautta. Näin saadaan suunniteltua kohderyhmää puhuttavia uusia ideoita ja joskus jopa kokonaisia uusia tapahtumakonsepteja. Opinnäytetyön kyselytutkimuksen avulla on tarkoitus saada nimenomaan ravien katsojien mielipiteitä siitä, miten ravitapahtuman laatua voitaisiin parantaa.

4 ASIAKASKOKEMUS

Tässä luvussa käsitellään asiakaskokemusta ja sitä, miten se muodostuu. Lisäksi käydään läpi kosketuspisteiden tärkeys.

4.1 Asiakaskokemuksen muodostuminen

Asiakaskokemuksen määritelmä on peräisin englanninkielisestä termistä *customer experience*. Asiakaskokemus tarkoittaa asiakkaan muodostamaa kuvaa yrityksestä, joka käsittää kohtaamiset, mielikuvat ja tunteet yrityksestä. Nykypäivänä on melko vaikeaa erottua markkinoilla enää pelkällä palvelulla, joten yritysten on luotava kokemuksia asiakkailleen. Tämä edellyttää, että yritys asettaa asiakkaan keskiöön, ja järjestää omat toimintonsa asiakkaan ympärille. Kokemukset voivat viedä palvelun uniikille tasolle, jolloin hintakilpailun merkitys pienenee: kilpailijat eivät voi tarjota vastaavaa kokemusta. (Löytänä & Korteso 2011,11–19.)

Löytänen ja Korteson (2011, 22–32) mukaan asiakaskokemuksen merkitys palveluntuottamisessa on korostunut, koska ostajien kulutuskäyttäytyminen on muuttunut. Esimerkiksi itsepalvelu ja nettikaupat ovat yleistyneet. Enää asiakkaat eivät kysy myyjältä niin paljon tuotteista, vaan he etsivät tietoa itsenäisesti esimerkiksi internetistä. Sosiaalisen median aikakautena kaikki saavat kuulla heti, jos asiat ovat menneet pieleen jossakin; kokemusten jakamisen nopeus ja laajuus ovat muuttuneet.

Lockwood (2010, 251-252) puolestaan vertaa asiakaskokemusta myös asiakkaan uskollisuuteen tuotetta kohtaan. Asiakaskokemusta voi kehittää esimerkiksi parantamalla asiakaspalvelua, kehittämällä vahvan brändin tuotteelle, panostamalla enemmän markkinointiin tai kehittämällä laaduntarkkailua. Kun asiakas saa onnistuneista palveluista hyviä kokemuksia, hän kehittää tunnesiiteen yritykseen tai tuotteeseen. Tämä vahvistaa asiakkaan uskollisuutta, ja hän todennäköisemmin käyttää samaa palvelua uudestaan. Myös tapahtumassa asiakkaan hyvät kokemukset saavat hänet todennäköisemmin osallistumaan uudelleen samankaltaiseen tapahtumaan. Esimerkiksi St Michel -raveja voidaan pitää onnistuneena tapahtumana, koska samat kävijät käyvät tapahtumassa useampana vuonna.

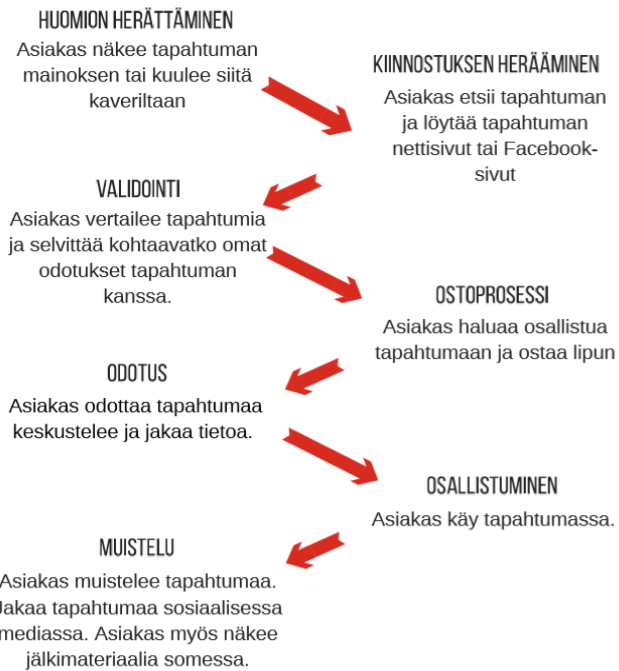
Asiakaskokemuksen muodostumiseen voidaan ottaa neljä näkökulmaa: asiakkaan minäkuvan tukeminen, yllätyksellisyys ja elämyksien luominen, mieleen jääminen sekä asiakkaan saaminen haluamaan lisää. Huono palvelu voi loukata asiakkaan identiteettiä, ja siksi huono palvelu loukkaa asiakasta itseään. Hyvä asiakaskohtaaminen taas vahvistaa asiakkaan minuutta, identiteettiä ja omakuvaa. Asiakaskokemus on sitä vahvempi, mitä vahvempia tunteita se synnyttää asiakkaassa. Tähän tarvitaan elämyksiä. Elämykset ovat arki- ja kulttuurisidonnaisia, ja siksi elämykset näyttäytyvät eri tavalla eri ihmisille. Yrityksen tulisi tehdä asiat mahdollisimman hyvin, jotta se jää asiakkaan mieleen. Jos palvelu on ollut keskinkertaista ja tavallista, ei asiakas välttämättä jälkikäteen muista käyttäneensä kyseistä palvelua. Asiakaskokemukseen panostaminen kannattaa myös ihmisen luontaisesta tarpeesta hakeutua kohti mielihyvää. Asiakkaan pitää ilahtua saamastaan palvelusta, jotta hän hakeutuisi tämän kokemuksen perään uudestaan. (Löytänä & Korteso 2011, 43–49.) Ravitapahtuman elämyksellisyyteen perehdytään tarkemmin luvussa 5.3.

Asiakaskokemuksen voidaan myös ajatella muodostuvan fyysisestä, digitaalisesta ja tiedostamattomasta kohtaamisesta. Fyysinen kohtaaminen on asiakkaan ja yrityksen edustajien kohtaamista kasvokkain. Nykyään hyvin tärkeä toinen kokonaisuus on digitaalinen kohtaaminen. Se muodostuu digitaalisessa ympäristössä, esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, jossa asiakas käy hake massassa itsenäisesti tietoa ja tutustuu erilaisiin vaihtoehtoihin. Tiedostamaton tunnekokemus, eli kolmas asiakaskohtaamisen osa-alue, muodostuu kaikista

asiakkaan aiemmista olettamuksista, näkemyksistä ja mielikuvista. Tiedostamaton kohtaaminen vaikuttaa asiakkaan brändikokemuksen syntymiseen. Brändikokemus syntyy kaikista asioista, jotka asiakas yhdistää yritykseen, joten aina emme voi täysin vaikuttaa siihen, millainen mielikuva yrityksestä syntyy. Asiakaskokemuksen kautta kuitenkin pystyy tehdä aktiivisesti töitä sen eteen esimerkiksi elämysten ja kokemusten muodossa. (Ahvenainen 2017, 33-34, 51.)

Asiakaskokemuksen muodostuminen tapahtumassa koostuu vuorovaikutuksesta ennen tapahtumaa, tapahtumassa sekä tapahtuman jälkeen (kuva 1). Liveton (s.a.) oppaan mukaan ensikosketus tapahtumaan tapahtuu usein keskustelun tai mainoksen kautta. On tärkeää, että ensivaikutelma on kunnossa. Tapahtumatietojen tulee olla aina ajan tasalla esimerkiksi tapahtuman nettisivuilla. Tapahtumassa asiakaskokemus muodostuu paikalle saapumisesta aina paikalta poistumiseen. Siksi on tärkeää, että esimerkiksi opasteet tapahtumapaikalle ovat kunnossa. Myös se vaikuttaa suuresti asiakaskokemukseen, millainen on asiakkaan kohtaaminen itse tapahtuman kanssa. Miltä tapahtumapaikka näyttää, miten ihmiset otetaan vastaan jne. Palvelun saatavuus on tärkeää, ja asiakaskokemuksen muodostumisessa pitkälle pääsee jo sillä, että perustarpeet ovat kunnossa. Myös asiakaslähtöisyys ja henkilöstön palvelualttius vaikuttavat asiakaskokemukseen. Asiakaskokemuksen muodostumista ei saa unohtaa tapahtuman jälkeen. Tähän vaikuttaa esimerkiksi palautekysely ja palautteisiin vastaaminen.

Asiakaskokemuksien muodostuminen



Kuva 1. Asiakaskokemuksen muodostuminen (Liveto s.a.)

4.2 Tapahtuman kosketuspisteet ja niiden kartoitus

Asiakaskokemus muodostuu erilaisten kohtaamisten ja niiden aiheuttamien tunteiden summana. Kosketuspisteet ovat niitä paikkoja ja tilanteita, joissa yritykset ja asiakkaat kohtaavat. Kosketuspisteet voivat olla vuorovaikutteisia tai passiivisia, riippuen siitä, onko asiakas tekemisissä yrityksen työntekijöiden kanssa. Asiakkaan kokemus muodostuu näiden kosketuspisteiden mukaan riippuen siitä, ovatko kokemukset olleet hyviä vai huonoja. Tätä asiakaskokemuksen muodostumista voidaan havainnollistaa rakentamalla kosketuspistepolkuja (kuva 2). Kosketuspistepolun pystyy määrittelemään ottamalla huomioon kaikki asiakkaan kanssakäymiset yrityksen toimintojen kanssa. (Löytänä & Korteso 2011, 113–117.)



Kuva 2. Esimerkki kosketuspistepolusta lentokentällä (Hughes 2014)

Ravitapahtumassa kosketuspisteet voisivat olla seuraavanlaisia:

1. Asiakas näkee tapahtuman mainoksen lehdessä
2. Asiakas tutustuu tapahtumaan raviradan nettisivuilla
3. Asiakas saapuu raviradan portille
4. Asiakas ostaa lipun tapahtumaan portilta
5. Asiakas siirtyy raviradalle
6. Asiakas seuraa ravilähtöä istumakatsomosta
7. Asiakas käy syömässä raviradan ravintolakatsomossa jne.

Kosketuspisteitä on ravien kaltaisessa tapahtumassa todella paljon. On tärkeää miettiä kosketuspisteitä laatiessa myös niitä kosketuspisteitä, jotka tuntuvat puuttuvan, ja joilla olisi merkittävä osa asiakaskokemuksen muodostumisessa. Mikkelin Raviradalla tällainen kosketuspiste voisi olla esimerkiksi iltaraveista puuttuva oheisohjelma.

Asiakaskokemusta voidaan kehittää mittaamalla asiakkaan tyytyväisyyttä kosketuspisteissä. Helpoin tällainen mittaaminen on toteuttaa lähettämällä kysely esimerkiksi sähköpostilla heti kohtaamisen jälkeen. On kuitenkin muistettava, ettei kyselyitä tule suorittaa liian usein, koska mittaaminenkin on yksi kosketuspiste asiakkaan ja yrityksen välillä. (Korkiakoski 2019, 76–79.) Opinnäytetyön kyselyssä mitataan Mikkelin Raviradan kosketuspisteitä, koska kysely koskee raviradan palveluita ja sitä, miten näitä palveluita voitaisiin kehittää yhä enemmän kävijöitä kiinnostavammiksi.

5 RAVITAPAHTUMAN KIINNOSTAVUUS

Tässä luvussa käsitellään ravitapahtuman kiinnostavuutta. Ensin kerrotaan raviurheilun nykytilanteesta Suomessa, ja sen jälkeen ravitapahtuman sisällöstä, elämyksellisyydestä sekä haasteista.

5.1 Raviurheilun nykytilanne Suomessa

Raviurheilun historia alkoi Suomessa 1800-luvulla Turussa järjestetyistä jäära-veista. Kuitenkin ensimmäisinä virallisina raveina pidetään vuosina 1850–1854 järjestettyjä kilvanajoja Kuopiossa, koska niistä säilyivät ensimmäiset täydelliset ravitulokset. (Pesu 2008, 186.) Nykypäivänä laji on kasvanut suosituksi, ja ravikilpailuja järjestetään vuoden jokaisena päivänä jouluaatto ja joulupäivää lukuun ottamatta. Ravikilpailuissa pelattavien hevospelien kokonaisvaihto on noin 230 miljoonaa euroa vuosittain ja Suomessa on yhteensä 43 ravirataa. Kansainvälisesti tarkasteltuna Suomi kuuluu neljän suurimman ravi-maan joukkoon Euroopassa, ja suomalaisia raviurheilijoita sekä hevosalan työntekijöitä arvostetaan maailmanlaajuisesti. (Raviurheilu Suomessa s.a.)

Nykypäivänä raviurheilua määrittelevät megatrendit, jotka näkyvät yleisestikin yhteiskunnassa. Tällaisia selkeästi ravialaan vaikuttavia yhteiskunnan megatrendejä ovat muun muassa kuluttajien ja harrastajien mielenkiinto eläinten hyvinvointia kohtaan sekä väestön ikääntyminen. Raviurheiluun on aina liittynyt ennakkoluuloja, jotka koskevat hevosten hyvinvointia. Nykypäivänä negatiiviset kannanotot ovat lisääntyneet eläimillä tapahtuvaan ansaitsemiseen. Raviurheilussa nämä kannanotot liittyvät niin itse urheiluun kuin rahapelaamiseen. Väestön ikääntyminen on merkittävä kysymys koskien raviurheilua, koska suurin osa lajin harrastajista on vanhempaa ikäluokkaa. Ikääntymisen myötä harrastaminen ei välttämättä ole enää mahdollista, ja esimerkiksi pelkkä kulkeminen raviradalle saattaa vaikeutua merkittävästi. Ikääntymisen lisäksi ikäluokat ovat pienenemässä, ja tämä aiheuttaa haasteen saada uusia harrastajia lajin pariin, samalla kun myös työntekijöiden ja toimijoiden saaminen vaikeutuu. (Saastamoinen 2019, 4–6.) Tämä ilmiö on havaittavissa myös Mikkelin raveissa. Toimihenkilöitä on yhä vaikeampi saada raveihin, sillä vanhemmat ihmiset eivät enää jaksu tulla töihin, ja nuoremmat eivät ole niin kiinnostuneita lajista tällä alueella.

Saastamoinen (2019, 13–15) kertoo raveja paikan päällä seuraavien katsojaluvun tippuneen koko 2010-luvun ajan. Toto75-ravit, eli lauantaina ajettavat isommat kilpailut, ovat pystyneet pitämään katsojamäärät ennallaan korkean urheilullisen tasonsa myötä. Kuitenkin näissäkin raveissa itse ravitapahtuma on noudattanut samaa kaavaa vuosikymmeniä, eli itse tuote on pysynyt samanlaisena. Yleisöllä ei ole tutkimusten mukaan selkeää kuvaa ravitapahtuman tarkoituksesta, ja Suomen Hippos onkin ottanut yhdeksi kehityskohteeksi tapahtumaosaamisen kehittämisen raviradoilla. Ravien kehittämisessä on nykypäivänä kyse asiakaslähtöisestä ajattelusta, ja tärkeää olisi löytää yhtenäinen viesti ravitapahtumille.

Suomen Hippoksen operatiivinen työryhmä esittää, että vuonna 2021 kilpailupäivien määrä ja myös maksettavien palkintorahojen kokonaisuus tulisi pienemmään (Ikonen 2020, 2). Varsinkin palkintorahojen pieneneminen saattaa vaikuttaa negatiivisesti hevosten tasoon raveissa, joka saattaa puolestaan vaikuttaa katsojien määrään laskevasti urheilullisen tason laskiessa. Katsojia tuntuu kiinnostavan nykypäivänä erilaiset räätälöidyt palvelut, perheille suunnatut palvelut hevosten parissa sekä senioreille kohdennetut palvelut (Saastamoinen 2019, 15). Näiden näkökulmien perusteella ravitapahtumat kaipaavat muutosta ja päivitystä 2020-luvulle. Myös ratojen palvelutarjonnan tulisi uudistua. Mikkelin kauden avausraveja tarkasteltaessa Hippoksen kilpailuhausta, yleisömäärä on pudonnut 1045:stä (20.4.2014) 505:een (4.3.2018) henkilöön (Kilpailuhaku s.a.). Tämän vuoden avausraveissa yleisöä oli 886 henkilöä, mutta tämä ei rataremontin myötä lisääntyneen kiinnostuksen takia ole suoraan vertailtavaa aineistoa edellisiin vuosiin.

5.2 Ravitapahtuman sisältö katsojan näkökulmasta

Sivistyssanakirja määrittelee raviurheilun hevosurheilulajiksi, jossa ajetaan ravia kevyillä kilparattailla (Suomisanakirja 2020). Suomessa raviradat ovat soikean muotoisia, ja ne ovat 1000 metriä pitkiä. Yleisimmät matkat, joilla kilpaa ajetaan, ovat 1600–3100 metriä pitkät matkat. Ravikilpailun lähtötilanne tapahtuu joko ryhmä- eli autolähdöllä tai tasoitusajolla eli volttilähdöllä. (Pesu 2008, 34–40.)

Kilpailutoiminnan rungon muodostavat Toto-ravit, joita järjestetään pääradalla Vermossa sekä 20 maakuntaradalla ympäri Suomea. Kaikkiin Toto-raveihin on mahdollista pelata Toto-pelejä paikan päällä tai etänä internetissä sekä etäpelipisteissä. Arkiravit alkavat yleensä kello 18, viikonloppuravien alkamisajankohta vaihtelee kello 12 ja 18 välillä. (Ravien luokitus s.a.) Totoravit voidaan jakaa päivien mukaan iltaraveihin, jotka tapahtuvat arki-iltoina, lauantain Toto75-raveihin sekä sunnuntairaveihin, jotka puhuttaessa luokitellaan usein kuuluvaksi iltaraveihin. Toto-ravien lisäksi järjestetään kesäraveja paikallisraviradoilla sekä harjoitus- ja paikallisraveja. Näihin raveihin ei ole mahdollisuutta pelata Toto-pelejä, koska pienemmillä radoilla ei ole esimerkiksi kunnan maalikameroita, jotka mahdollistaisivat tarkan maaliin tulojärjestyksen tarkkailemisen.

Raviurheilutapahtumassa tapahtuman ydin on raviurheilu ja kilpailu hevosten paremmuudesta. Kuitenkin ravitapahtuma on myös paljon muuta, kuin pelkääntään sivistyssanakirjan määrittelemää kilvanajoa. Ravipäivä katsojalle kestää 4-5 tuntia oheislähtöineen. Raveihin voi aina tulla ja niistä voi lähteä oman aikataulun mukaan. Raveissa ajetaan noin 9-10 lähtöä, joiden väleissä on noin 20 minuutin mittaiset tauot. Raviradoilla on tarjolla erilaisia ruokia grillin ravimakkarasta tasokkaaseen ravintolaruokaan tarjoiltuna ravintolakatsomossa. Tallialueelle ja varikkoalueelle meno on sallittua lukuun ottamatta muutamia suurkilpailuja, joten katsoja voi myös käydä kurkistamassa kilpailijoiden maailmaan halutessaan. Joillakin radoilla järjestetään tallialuevierailuja, joissa käydään tutustumassa varikkoalueeseen ja mahdollisesti paikan päällä oleviin talleihin. Raviradoilta saatavilla olevissa Toto-pelipisteissä katsoja voi pelata Toto-pelejä. Pisteillä on myös valmispelejä, ja usein henkilökunta on valmis auttamaan kokematon kävijää. (Ravietiketti s.a.) Nykyään usealla raviradalla on myös oheistapahtumaa raveissa, ja myös esimerkiksi lapsiparkki, johon voi jättää lapsen hoitoon ravien ajaksi.

Mikkelin Raviradan palvelut

Mikkelin Ravirata jaotellaan maakuntaratoihin. Maakuntaradat ovat luokitukseltaan niin sanottuja pääraviratoja, eli niiltä löytyvät nykyaikaiset palvelut niin katsojien kuin kilpailijoiden näkökulmasta, ja niillä pelataan säännöllisesti

Toto-pelejä (Ravien luokitus s.a.). Raviradalla järjestetään jonkin verran oheistapahtumia ravitapahtuman aikana, kuten esimerkiksi Mikkelin Ravinuoret tuovat usein keppihevost ja niiden esteet lapsien käyttöön. Suuremmissa raveissa, kuten St Michel -raveissa ja Osuuskauppa Suur-Savon sponsoroimissa Toto75-raveissa, on enemmän oheisohjelmaa, mutta iltaraveissa sitä ei juuri ole.

Ravirata myy elämispakettia 30:n euron hintaan per henkilö, johon kuuluu sisäänpääsy raveihin ja ravintolaan, käsiohjelma, ohjattu tutustuminen raveihin ja peleihin, tallikierros, ruokailu sekä alkoholiton ruokajuoma (Palvelut s.a.). Tämä on kuitenkin vain ryhmille, joiden minimikoko on 8 henkilöä. Ravit maksavat 6-10 euroa aikuisilta ja eläkeläisiltä, opiskelijoilta ja invalideilta 4 euroa. St Michel -ravien päiväliput maksavat 10-15 euroa ja VIP-liput 75 euroa päivältä. VIP-lippu oikeuttaa pääsyt VIP-alueelle, jossa lipun hintaan sisältyy lounas ja ruokajuoma.

Mikkelin raviradan palvelut katsojalle:

- Ravintolakatsoma
- Istumakatsomo
- Tallikahvio
- Kahvila
- Ulkogrilli
- Pub
- Elämispaketti
- Toto-pelipisteet
- Lasten leikkipaikka
- Kokouskabinetti

5.3 Ravitapahtuman elämyksellisyys

Tapahtuman laatu koostuu teknisestä laadusta ja toiminnallisesta laadusta. Tekninen laatu kertoo, mitä konkreettista osallistuja saa tapahtumasta. Koska suurin osa tapahtumasta on aineetonta, tarvitaan toinenkin ulottuvuus, toiminnallinen laatu. Siihen kuuluvat osallistujan elämykset tapahtumapaikalla sekä tapa, jolla häntä palvellaan. (Liskola-Kesonen 2006, 22.)

Elämyksessä keskitytään siihen, miten ja millainen kokemus ihmiselle luodaan. Se on huomattavasti enemmän kuin vain mukava ja miellyttävä kokemus. Kriittisinä elementteinä voidaan pitää yksilöllisyyttä ja arjesta poikkeavuutta. Elämysten suunnittelua helpottaa elämyskolmio-malli (kuva 3). Jotta tuote, tässä tapauksessa tapahtuma, olisi elämyksellinen, sen pitäisi sisältää kuusi erilaista elementtiä: yksilöllisyys (ei samanlaista tuotetta), aitous (tuote on uskottava), tarina (juoni ja sisältö), moniaistisuus (koettavissa eri aistein), kontrasti (poikkeavuus kokijan arkeen) sekä vuorovaikutus (kommunikaatio tuotteen ja sen kokijoiden välillä). Elämyskolmio kuvastaa täydellistä tuotetta, jonka kaikilla tasoilla kaikki elämyksen elementit ovat edustettuina. (Tarssanen 2009, 8–15.)



Kuva 3. Elämyskolmio-malli (Kalliomäki 2011)

Ravitapahtuma täyttää kuvassa 3 esitetyn elämyskolmion kriteerit ainakin uuden katsojan näkökulmasta. Vaikka ravitapahtumat ovat perusajatukseltaan samanlaisia ympäri Suomea, tuo kuitenkin yksilöllisyyttä ravitapahtumaan pelkästään jokaisen raviradan eri sijainti. Ravikulttuuri on vahvasti läsnä ravitapahtumassa, ja siksi tapahtuma tuntuu aidolta. Ravitapahtumalla on omanlaisensa tarina, jonka jokainen kävijä kokee erilaisella tavalla. Ravitapahtuman kokeminen moniaistisesti on helppoa. Katsoja käyttää näkö- ja kuuloaistiaan urheilutapahtuman seuraamiseen, ja lisäksi hän voi käyttää esimerkiksi makutai tuntoaistiaan riippuen mitä lisäpalveluita hän käyttää tapahtumassa. Vuorovaikutuksen luominen pienemmissä raveissa saattaa olla hankalaa, jos ravien tunnelma ei ole riittävä. Kuitenkin esimerkiksi jo pieni Toto-voitto saattaa luoda kävijälle vuorovaikutuksen tapahtuman kanssa. Kontrastia on erityisen vaikea

luoda vanhalle kävijälle. Uudelle kävijälle kontrasti on selkeä, koska ravit ovat hänelle uusi asia ja erilainen verrattuna normaaliin arkeen. Säännölliselle kävijälle on huomattavasti hankalampaa järjestää optimaaliset puitteet elämyksen syntymiseen jokaisissa, varsinkin pienemmissä, raveissa. (Tarssanen 2009, 8-15.)

Elämyskolmio-mallin pystyakseli, joka näkyy kuvassa 3, puolestaan kuvastaa asiakkaan kokemisen tasot. Motivaation tasolla herätellään asiakasta. Tässä tapauksessa se voisi olla ravien markkinointi ja asiakkaan mielenkiinnon herättäminen. Fyysisellä tasolla asiakas kokee ravit paikan päällä, ja tiedostaa tuotteen omien aistiensa kautta. Älyllinen taso on ympäristön antamien aistiärsykkeiden prosessoimista. Ihminen oppii ravitapahtumasta, ja muodostaa mielipiteitä. Tällä tasolla asiakas päättää, onko tyytyväinen kokemaansa vai ei. Varsinainen elämys koetaan emotionaalisella tasolla. Jos tuotteessa on otettu hyvin huomioon kaikki elämyksen peruselementit, on hyvin todennäköistä, että asiakas kokee positiivisen tunnereaktion. Henkisellä tasolla elämyksen kaltainen tunnereaktio saattaa johtaa henkilökohtaiseen muutkokokemukseen, joka voi johtaa esimerkiksi raviurheilun harrastamisen aloittamiseen. (Tarssanen 2009, 15–16.)

5.4 Ravitapahtuman haasteet katsomossa

Ikonen (2017) pohtii, että koska nykypäivänä ravitapahtumaa voi seurata kotona käsin ilmaisen kuvaruudun ääressä, miksi enää vaivautua raveihin paikan päälle? Tavallisiin iltaraveihin peritään yhä sisäänpääsymaksua, joka saattaa olla monelle ensimmäinen este saapua paikan päälle. Mikkelin Raviradalla melkein joka raveihin on sisäänpääsymaksu. Vaikka monella raviradalla on olemassa ravintolakatsomo, jossa olisi hyvät puitteet asiakkaiden viihtymiseen, saattaa ruokatarjoilu olla vain välttävää tasoa. Raviradan ravintolakatsomasta täytyisi tehdä yhtä houkuttelevaa kuin mikä tahansa muu ravintola kaupungissa. Huono tekniikka, esimerkiksi huonosti kuuluvat selostukset, saattavat olla myös osasyynä olla tulematta raveihin. Tätä ongelmaa ei kuitenkaan Mikkelin raveissa pitäisi olla, koska rataremontin myötä muun muassa tekniikkapuitteet ovat todella korkeatasoiset.

Kotoa raveja katsomisessa on myös valitettavasti muita hyötyjä. Arkinen ravitapahtuma saattaa olla katsojalle liian pitkä, ja lisäksi sen tahti on hyvin tasainen ja vailla huipennusta. Varsinkin harvemmin seuraavalle tapahtuma saattaa näkyä tylsänä ja pitkävetenä. Kotona on helppo tehdä muita asioita taukojen aikana. Tätä seikkaa ei auta se, että ravien oheistoiminta ei välttämättä ole tarpeeksi mielenkiintoista potentiaalisen katsojan näkökulmasta. Varsinkin lapsiperheiden osallistumista raveihin auttaisi huomattavasti heidän mielestään mielenkiintoinen oheisohjelma. (Suomen Hippos ry 2019b.)

Monet katsomorakennukset ovat kolkkoja, eikä niissä ole panostettu tarpeeksi viihtyvyyteen. Tilasuunnittelussa pitäisi huomioida enemmän asiakaskokemuksen syntymistä. Varsinkin uuden harrastajan näkökulmasta raveja saattaa olla vaikea seurata, ja ravit koetaankin yleisesti vaikeasti lähestyttävänä lajina. Ihmisten tietämys ravitapahtuman palveluntarjonnasta on vähäistä, eikä tietoa oikeastaan jaeta satunnaiskävijöille tai ensikertalaisille. Nämä kaikki seikat ovat sellaisia, joihin myös Hippos aikoo panostaa omassa tulevaisuustyössään. (Suomen Hippos ry 2019b.)

6 KYSELY KARTOITTAMASSA KATSOJIEN TARPEITA

Tässä luvussa kerrotaan, mitä tutkimusmenetelmiä opinnäytetyössä on käytetty. Lisäksi kerrotaan kyselyn tavoitteista, toteutuksesta ja myös avataan lukijalle kyselyn tuloksia.

6.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusongelmaa opinnäytetyössä lähestyttiin kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimusmenetelmän keinoin. Määrällistä tutkimusaineistoa kerätään yleensä kyselylomakkeella, systemaattisella havainnoinnilla tai valmiiden rekisterien tai tilastojen tutkimisella. Tavallisin tapa kuitenkin kerätä tutkimusaineistoa on kyselylomake. Määrällisen tutkimusmenetelmän tavoite onkin kerätä mahdollisimman paljon numeraalista tietoa, joka pystyy selittämään ihmisen toimintaa. Tässä tutkimusmenetelmässä ei olla kiinnostuneita aineiston poikkeavuuksista, vaan etsitään aineistosta syy-seuraus-suhteita. Koska vastaukset ovat numeraalisessa muodossa, tutkimustulokset on helppo purkaa auki ja kuvata,

miten erilaiset asiat eroavat tai ovat yhtenäiset suhteessa toisiinsa. (Vilkka 2015.)

Opinnäytetyössäni päädyin määrälliseen tutkimusmenetelmään, koska halusin mahdollisimman monen henkilön vastauksen siitä, mikä tekisi ravitapahtumasta kiinnostavan. Mielestäni kvantitatiivinen menetelmä oli hyödyllisempi, sillä kvalitatiivisessa tutkimusmenetelmässä en olisi pystynyt keräämään tutkimusaineistoa yhtä monelta vastaajalta. Mielestäni aiheessani toimii hyvin mahdollisimman suuri määrä tietoa, koska kiinnostavuuden aiheuttajien pitäisi koskea mahdollisimman montaa ihmistä. Esimerkiksi haastattelututkimuksella ei olisi saanut niin monen eri ihmisen mielipidettä, ja toisaalta olisi ollut erittäin hankala valita otosjoukkoa tutkimukseen.

Tutkimus tarvitsee onnistuakseen jonkin tavan tai välineen, jolla tietoa kerätään. Valitsin omaan opinnäytetyöhöni kyselylomakkeen tavaksi hankkia tutkimusaineistoa. Hyvä kyselylomake on kokonaisuus, jossa toteutuvat sekä sisällölliset että tilastolliset näkökulmat (Vehkalahti 2014, 20). Kyselylomakkeeseen on helppo vastata, ja kysely on helppo toteuttaa niin, että se säilyttää henkilön yksityisyyden suojan. Vehkalahden (2014, 43) mukaan tutkimuksen perusjoukoksi kutsutaan sitä osaa ihmisistä, joista tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita. Opinnäytetyön tutkimustapauksessa perusjoukko on raveissa käyvät, ja sitä suunnittelevat ihmiset Mikkelin alueella. Otoksen muodostavat tutkimukseen vastanneet ihmiset. Ideana on, että otannan perusteella tulleet vastaukset pystyttäisiin yleistämään koskettamaan koko perusjoukkoa. Tätä kutsutaan tilastolliseksi päättelyksi.

Kyselylomakkeen tulee kysyä vain niitä asioita, joita tutkimussuunnitelmassa kerrotaan mitattavan (Vilkka 2015). Siksi onkin tärkeää hahmottaa kiinnostuksen kohteena olevan ilmiön keskeiset ulottuvuudet, jotta kysytään sisällöllisesti oikeita kysymyksiä (Vehkalahti 2014, 20). Kysymykset voivat olla monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä tai sekamuotoisia kysymyksiä. Monivalintakysymykset on standardoitu, eli niiden vastauksia on helppo vertailla keskenään. Avoimiin kysymyksiin taas odotetaan vastaajien omia mielipiteitä, joten vastauksen tekemistä rajoitetaan hyvin vähän. (Vilkka 2015.)

Kyselylomaketta suositellaan testaamaan aina ennen sen julkaisua. Kyselyn laatija voi väsyä kyselyä tehdessään, eikä huomaa itse kaikkia epäkohtia tai ongelmatilanteita, joita vastaajalle voi tulla. Testaajan olisi hyvä kuulua kyselyn kohderyhmään. Testaajia ei kuitenkaan tarvitse olla kovin montaa, sillä jo muutama testaaja riittää pahimpien ongelmien pois sulkemiseksi ennen varsinaista tiedonkeruuta. (Vehkalahti 2014, 48.)

Tiedonkeruun jälkeen siirrytään aineiston tarkasteluun. Aineisto rakennetaan kyselylomakkeen vastausten pohjalta. Verkkolomakkeen ansiosta vastauksia ei tarvitse tallentaa itse, ja numeraalisten muuttujienkin nimet on jo valmiiksi määritetty. Aineiston purku tulee aloittaa tutustumisella ja esikäsittelyllä. Tässä vaiheessa tarkastellaan ja tutustutaan siihen, miltä aineiston sisältämät tiedot näyttävät. Aineiston analysoinnin tulee olla yksinkertaista ja helppolukuista. Tulosten raportoinnissa on hyvä käyttää apuna analysointiohjelmasta saatuja tulosteita ja kuvia. Aineiston analysoinnin jälkeen on vuorossa omien havainnointien käsittely sekä johtopäätösten raportointi. (Vehkalahti 2014, 49-51, 121.)

6.2 Kyselyn tavoitteet ja toteutus

Kvantitatiivisen kyselytutkimuksen tavoitteena oli vastata tutkimusongelmaan, eli kuinka raveihin saataisiin lisää katsojia. Tutkimus selvittää mikä tekee ravitapahtumasta mielenkiintoisen, auttaa kehittämään tapahtumakonsepteja raveihin, sekä kertoo myös ihmisten tyytyväisyydestä Mikkelin Raviradan palveluita kohtaan. Ravien palveluiden käyttäjät voidaan luokitella kahteen ryhmään: ravien katsojiin sekä ravien osallistujiin, jotka tulevat raveihin hevosen kanssa tai esimerkiksi ajavat siellä kilpaa. Tutkimusongelman kohteena ja kyselyn kohderyhmänä olivat nimenomaan Mikkelin ravien katsojat. Kyselyyn yritettiin saada myös raveissa käymättömien henkilöiden mielipiteitä, mutta tämä oli haastavaa siinä mielessä, että miten nämä henkilöt tavoitettaisiin.

Kysely toteutettiin Webropolilla. Webropol on työkalu online-kyselytutkimuksen tekemiseen, ja se myös mahdollistaa aineiston helpon raportoinnin (Webropol s.a.). Kyselyn linkki oli näkyvissä Facebookissa Mikkelin Raviradan sivuilla, omassa profiilissani sekä Mikkelin Puskaradio -ryhmässä. Mikkelin Raviradan

sivut olivat looginen valinta kyselyn jakoon. Puskaradio-ryhmässä on 21 155 jäsentä, joten se oli tehokas paikka kyselyn jakoon. Kysely oli avoimena sähköisesti 17 päivää (21.2.–9.3.2020), jonka aikana siihen tuli vastauksia yhteensä 293 kappaletta. Lisäksi kysely oli saatavissa paperisena versiona kaksissa Mikkelin raveissa 22.2.2020 ja 1.3.2020. Sähköisen lomakkeen linkin aukiolo päätettiin Mikkelin ravipäivien mukaan.

Vehkalahden (2014, 48) mukaan sähköiset kyselylomakkeet ovat nykyään hyvin yleisiä, mutta tulee miettiä, tavoittavatko ne aina kaikki perusjoukon jäsenet. Mikkelin ravien kanta-asiakkaat ovat tiettävästi hieman vanhempia ihmisiä, ja siksi ajattelin, että kyselyn saatavuus olisi heille parempi paperisena versiona. Koska kohderyhmää olivat ravien katsojat, kysely oli saatavissa raveissa ainoastaan katsomoalueen puolella katsomorakennuksessa. Raveissa vastauksia kyselyyn tuli 34 kappaletta, joista suurin osa oli vanhemmilta mieshenkilöiltä. Paperinen kysely oli täysin samanlainen kuin sähköinen versio, ja syötin tulokset Webropoliin. Näin tulokset saatiin helposti mukaan raportointiin.

Yhdessä toimeksiantajan kanssa teimme päätöksen, että järjestämme kyselyn yhteydessä arvonnalla St Michel -ravien sunnuntaipäivän lipuista. Arvonta motivoi ihmisiä vastaamaan kyselyyn paremmin, ja arvonta suoritettaisiin sähköpostiosoitteen jättäneiden kesken. Yksityisyys kuitenkin säilytettiin täysin niin, että muita tietoja vastaajan ei tarvinnut jättää, eikä edes osallistua arvontaan, jos ei halunnut. Tuloksia ei ole nähnyt tai käsitellyt kukaan muu kuin minä. Niitä ei voi myöskään yhdistää kenenkään yksittäiseen vastaukseen, ja tulokset on esitetty anonymisti opinnäytetyössä. Tutkimuslupa saatiin toimeksiantajalta suullisesti.

Kyselylomake koostui pääosin valinta- ja monivalintakysymyksistä, mutta lopussa oli myös yksi avoin kysymys, jossa kysyttiin yleisesti kehittämisideoita Raviradan toimintaa koskien. En halunnut enempää avoimia kysymyksiä, koska niiden vastausten kokoaminen ja vertailu on mielestäni hankalampaa. Lisäksi ihmiset jättävät herkästi kokonaan vastaamatta niihin. Kaikki muut kysymykset määriteltiin pakollisiksi, paitsi avoin kysymys kyselyn lopussa. Monivalinta-kysymyksiin määritettiin vastausrajat, jotta saatiin hallittua monivalinta-kysymysten vastusten määrää. Raviurheilua harrastavana ja Mikkelin raveissa

usein käyvänä tunnen kohderyhmän ja toimipaikan melko hyvin, ja osasin etukäteen osoittaa asioita, joita Mikkelin ravitapahtumissa voitaisiin parantaa. Tämä auttoi huomattavasti kyselylomakkeen suunnitteluvaiheessa. Lomake on koottu kolmen keskeisen opinnäytetyön teeman, tapahtuman järjestämisen, asiakaskokemuksen sekä ravitapahtuman elämyksellisyyden, ympärille. Kysymykset käsittelevät ihmisten odotuksia ravitapahtumalta, sekä ihmisten tyytyväisyyttä Raviradan palveluihin.

Kyselyä testattiin kahdella raviurheilua harrastavalla henkilöllä, joiden kommenttien perusteella kyselyä muokattiin ennen sen julkaisemista. Mietin useasti lomakkeen pituutta, ja sitä, onko se liian pitkä. En kuitenkaan halunnut jättää mitään kysymyksistä pois, ja lopulta päädyin jättämään kyselyn sen mitaiseksi kuin se oli julkaistessa. Paperiversion kysymykset mahtuivat neljälle sivulle. Kyselyn tarkisti ja hyväksyi Mikkelin Ravirata Oy:n toimitusjohtaja Kari Tiainen ennen sen julkaisua. Kysely löytyy opinnäytetyön lopusta liitteestä 1, sellaisena kuin se on julkaistu paperisena versiona.

6.3 Kyselyn tulokset

Kyselyn tuloksia analysoitiin Webropolin raportista saatavien kuvaajien ja taulukoiden avulla. Liitteessä 2 on esitetty kaikkien kysymysten frekvenssitaulukot, joissa on taulukoituna eri kysymysten muuttujien vastaamisprosentit. Kyselyn alussa kysyttiin taustatietoja; sukupuolta, ikää sekä asuinpaikkaa. Siihen vastasi yhteensä 293 henkilö, joista 87 oli miehiä ja 206 oli naisia. Epätasaisen sukupuolijakauman takia haluttiin vertailla miesten ja naisten vastauksia keskenään, jotta saatiin selville eri sukupuolien eroavat vastaukset. Miesten ja naisten välisiä eroja analysoitiin Webropolin *Professional Statistics Compare Groups* -toiminnolla.

Taulukko 1. Vastaajien ikä (n=293)

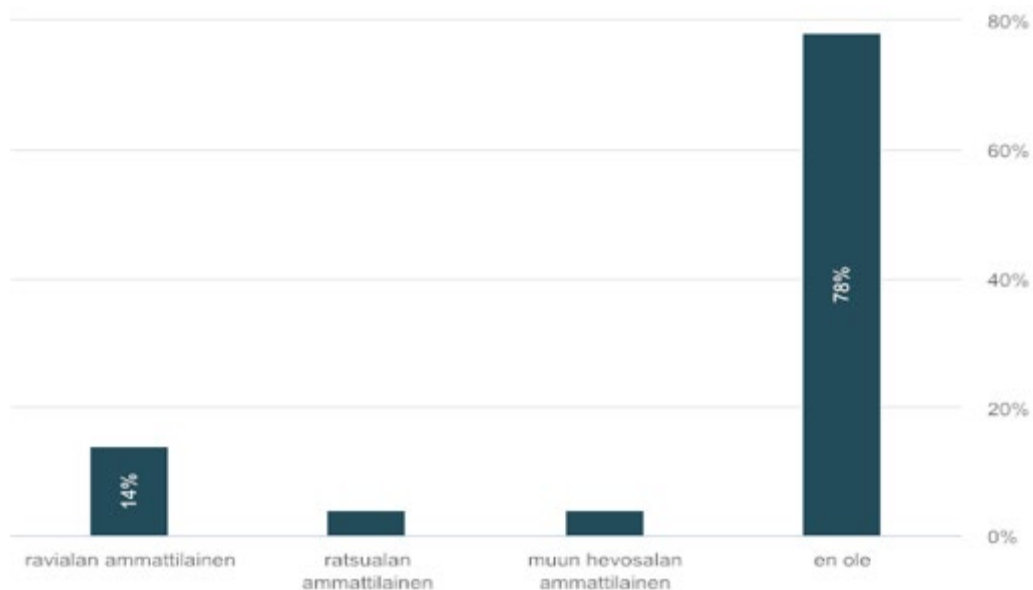
	n	Prosentti
alle 18	5	1,71%
19–25	43	14,68%
26–34	57	19,45%
35–44	67	22,87%
45–54	66	22,52%
yli 55	55	18,77%

Taulukossa 1 kuvataan vastaajien ikäjakaumaa, iät luokiteltuna kuuteen eri ikäluokkaan alkaen alle 18-vuotiaista päättyen yli 55-vuotiaisiin vastaajiin. Ikäjakauma on melko tasainen, mikä on hyvä asia opinnäytetyötä ajatellen. Näin saadaan mahdollisimman laaja kuva ihmisten odotuksista niin, että ikäjakauma ei liikaa määrittele vastausten keskiarvoa. Eniten vastanneita kuitenkin on ikäluokassa 35–54-vuotiaat.

Taulukko 2. Vastaajien asuinpaikat (n=293)

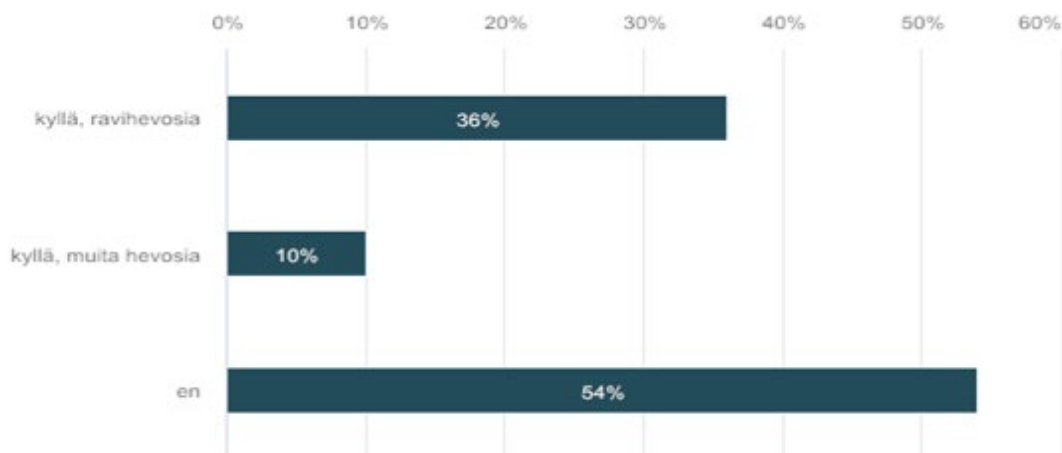
	n	Prosentti
Mikkeli	175	59,73%
Hirvensalmi	7	2,39%
Juva	15	5,12%
Kangasniemi	6	2,05%
Mäntyharju	10	3,41%
Pieksämäki	2	0,68%
Puumala	2	0,68%
Muu Etelä-Savo	16	5,46%
Muu Suomi	60	20,48%

Taulukko 2 kuvastaa vastaajien asuinpaikkoja. Suurin osa vastaajista on Mikkelistä ja sen lähialueilta. Tämä on juuri se kohderyhmä, jota opinnäytetyössä tavoiteltiin. Vastaajista 20 prosenttia on muualta Suomesta. Tämä voi johtua omasta tuttavapiiristäni, sekä siitä, että St Michel -raveihin tullaan joka paikasta ympäri Suomea. Suurin prosenttiosuus muualla asuvista onkin osallistunut eniten joko St Michel -raveihin tai isompiin Toto75-raveihin.



Kuva 4. Vastaajien hevosalan ammattitilasta (n=293)

Perustietojen jälkeen lomakkeessa kysyttiin vastaajien ravitaustaa. Kuva 4 kuvastaa vastaajien ammattitilasta ravi- tai muulla hevosalalla. Suurin osa, 78 %, vastaajista ei ole rivialan, tai muunkaan hevosalan, ammattilainen. Vastaus ei ole yllättävä, sillä yleensä varsinkin rivialan ammattilaiset eivät ole raveissa katsojina, vaan he ovat siellä hevosten kanssa varikkoalueen puolella.



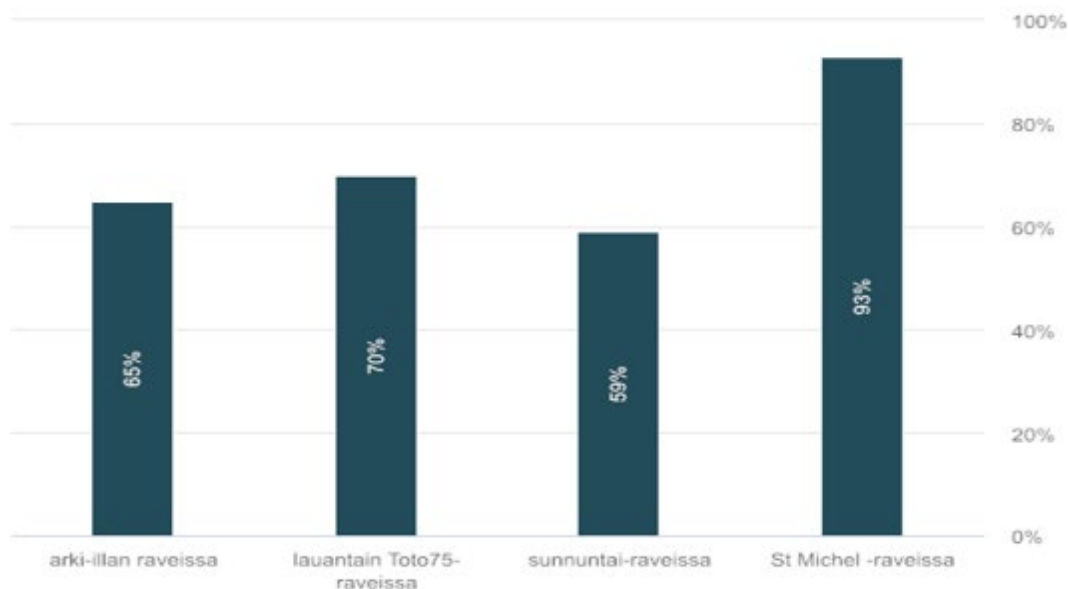
Kuva 5. Hevosenomistajien määrät vastaajissa

Vastaajista 36 % omistaa ravihevosia, ja 10 % vastaajista omistaa muita kuin ravihevosia (kuva 5). Ravihevosten omistajat ovat potentiaalinen kohderyhmä ravien katsojiksi, koska he voivat käydä seuraamassa omien hevostensa edesottamuksia kilvanjuoksussa.

Taulukko 3. Vastaajien kävijätiheys Mikkelin raveissa (n=293)

	n	Prosentti
en koskaan	23	7,85%
kerran	13	4,44%
2-5 kertaa	58	19,79%
6-10 kertaa	20	6,83%
yli 10 kertaa	84	28,67%
käyn säännöllisesti Mikkelin raveissa	95	32,42%

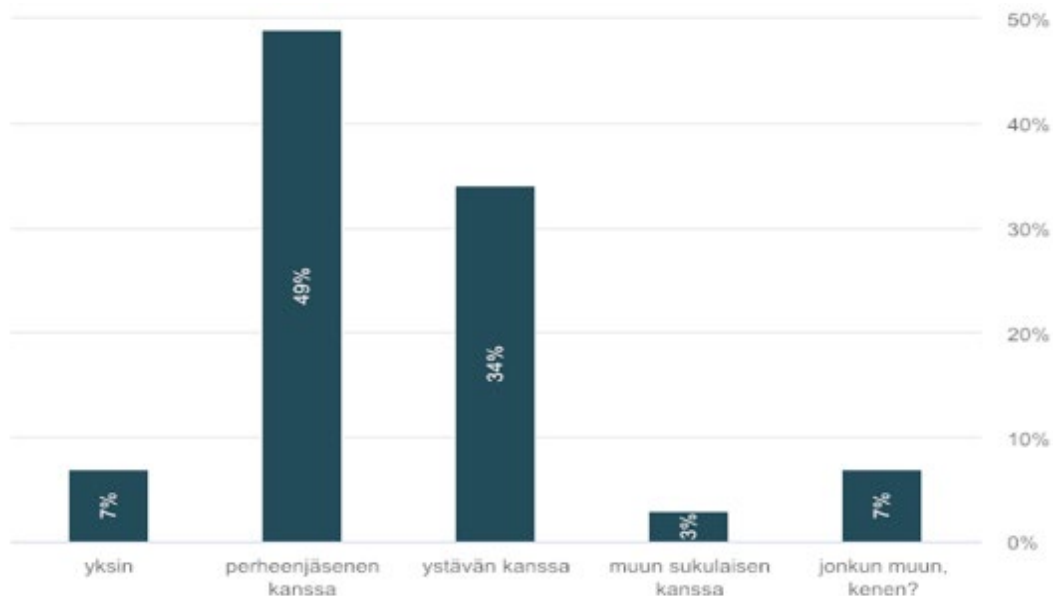
Suurin osa vastaajista, 32 %, käy säännöllisesti Mikkelin raveissa. Vastaajista 28 % ei käy säännöllisesti raveissa, mutta he ovat käyneet siellä yli 10 kertaa. Yli puolet vastaajista käy siis melko säännöllisesti Mikkelin raveissa. Vastaajista 8 % taas ei ole koskaan käynyt Mikkelin ravitapahtumassa. (Taulukko 3.) Tämä on hyvin pieni prosenttiosuus koko vastauksista, mutta onneksi edes muutama ihminen, joka ei ole koskaan käynyt Mikkelin raveissa, vastaisi kyselyyn, jotta tutkimusten tuloksissa voidaan huomioida myös heidän näkökulmansa.



Kuva 6. Vastaajien käymistiheys erityyppisissä Mikkelin raveissa

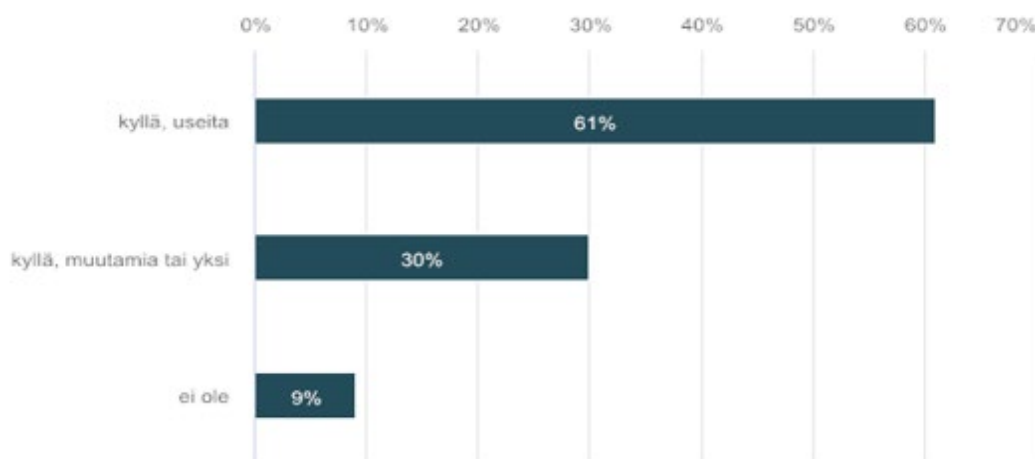
Seuraavaksi kysyttiin, missä raveissa vastaajat ovat käyneet, jos he ovat käyneet Mikkelin raveissa. Kuvasta 6 nähdään, että suosituin ravitapahtuma Mikkelin raveissa on St Michel -raveissa.

kelissä on St Michel -ravit. Seuraavaksi eniten kyselyyn vastanneet ovat käyneet lauantain Toto75-raveissa. Sunnuntairavit eivät ole olleet niin suosittu, vaikka silloin voisi ajatella ihmisillä olevan ylimääräistä vapaa-aikaa.



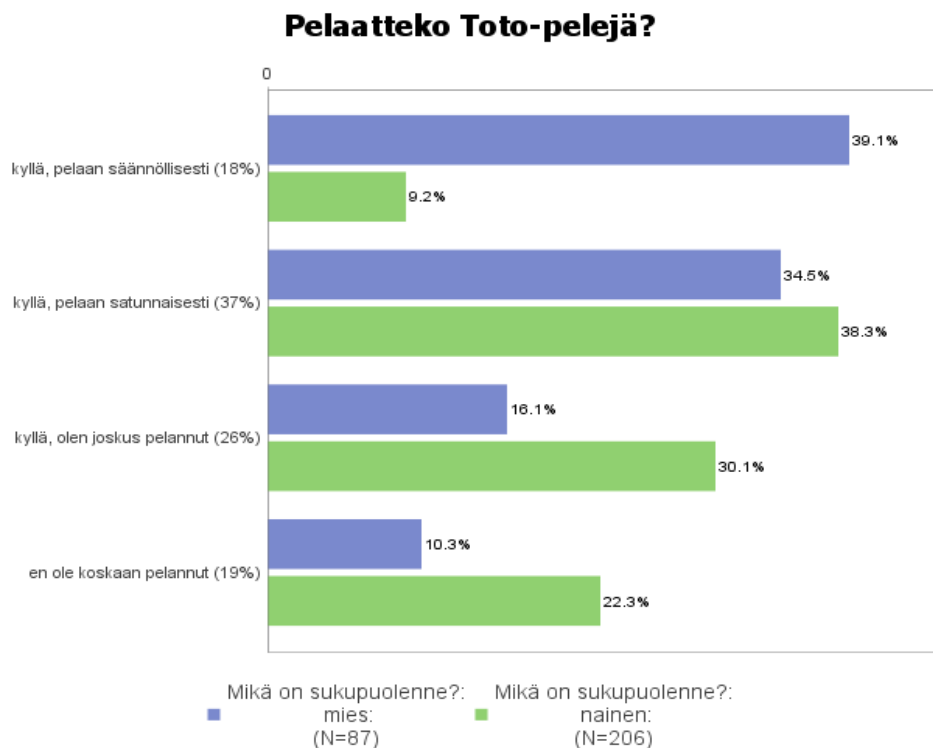
Kuva 7. Vastaajien seura raveissa (n=293)

Kyselyssä kävi ilmi, että suurin osa kyselyyn vastanneista käy raveissa jonkun muun ihmisen kanssa (kuva 7). Jonkun muun, kenen kanssa -kysymykseen vastattiin, että raveissa käydään mm. työyhteisön tai järjestötoiminnan yhteisön kanssa. Vain 7 % vastanneista käy yksin raveissa. Suurin osa yksin-vaihtoehdon valinneista oli miehiä.



Kuva 8. Raviharrastajat vastaajien tuttavapiirissä (n=293)

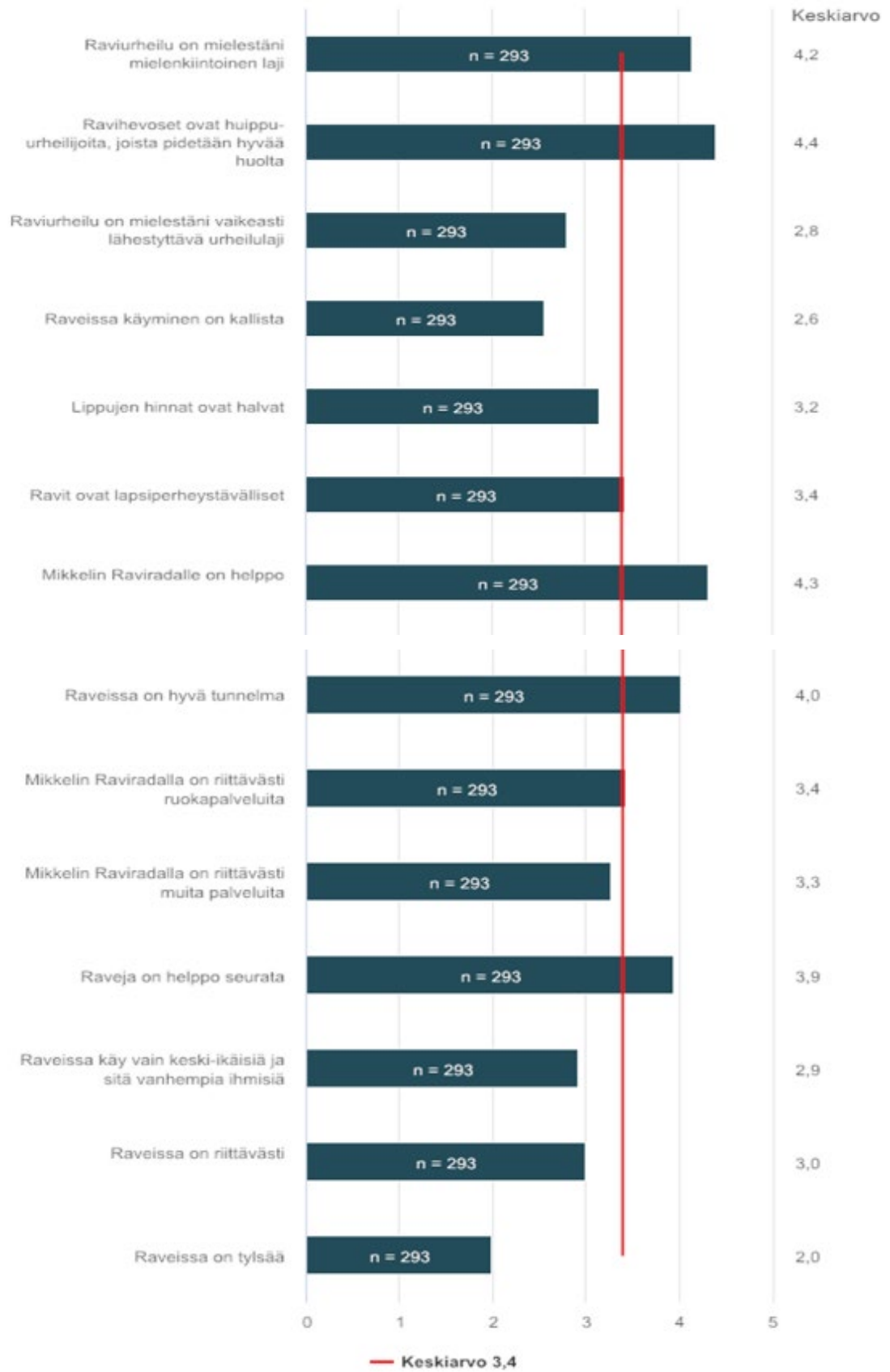
Suurimmalla osalla vastanneista on tuttavapiirissä raviharrastajia ainakin yksi. Vain 9 % vastanneista ei tiedosta tuttavapiirissään olevan raviharrastajia. (Kuva 8.) Tästä voidaan päätellä, että raveissa käymiseen tarvitaan jonkinlainen tarttumapinta itse urheilulajiin.



Kuva 9. Vastaajien pelitottumukset (n=293)

Veikkauksen pelitilin omistaa 79 % vastaajista. Kuva 9 kuvastaa Vastaajien pelitottumuksia hevospelissä. Kaikista vastaajista 19 % ei ole koskaan pelannut Toto-pelejä. Muut vastaajista ovat ainakin joskus pelanneet. Satunnaiset pelaajat muodostivat tässä kysymyksessä enemmistön. Miesten ja naisten välillä tausta- ja ravitaustatiedoissa ei ollut merkittäviä eroja, paitsi pelitottumuksissa. Miehistä 39,1 % pelaa säännöllisesti, kun taas naisista vain 9,2 % pelaa säännöllisesti Toto-pelejä. Naiset vastasivat selvästi useammin, etteivät ole ikinä pelannut hevospelisiä. Vain 10,3 % vastanneista miehistä ei ole koskaan pelannut Toto-pelejä.

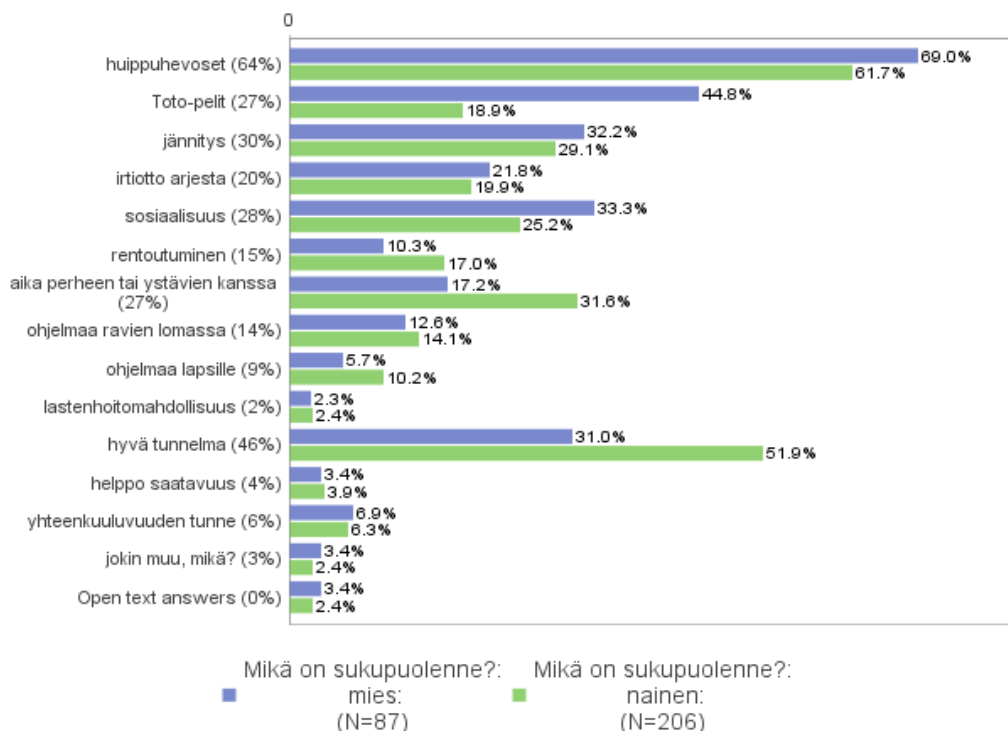
Kyselylomakkeen seuraava kysymys käsitteli vastaajien mielikuvia raveista (kuva 10). Tämä kysymys oli positiivikysymys, jossa vaihtoehto 1 vastasi mielihyvää ei ollenkaan samaa mieltä, ja vaihtoehto 5 mielihyvää täysin samaa mieltä.



Kuva 10. Vastaajien mielikuvia raveista (n=293)

Eniten samaa mieltä oltiin väittämistä ”Ravihevoseet ovat huippu-urheilijoita...”, ”Mikkelin Raviradalle on helppo tulla” ja ”Raviurheilu on mielestäni mielenkiintoinen laji”. Eniten eri mieltä oltiin väittämistä ”Raveissa käyminen on kallista”, ”Raviurheilu on mielestäni vaikeasti lähestyttävä urheilulaji” ja ”Raveissa on tylsää”. ”Raveissa on tylsää” -väittämän keskiarvoinen vastaus on hieman ristiriidassa sen kanssa, että vastaajat kuitenkin toivoivat oheisohjelmaa ja moitittivat sen puuttumista Mikkelin Raviradalla muissa kysymyksissä. Lippujen hintojen kanssa ei oltu ihan samaa mieltä, vaikka yleisesti oltiin melko sitä mieltä, että raveissa käyminen ei ole kallista. Mielikuvissa naiset ja miehet olivat melko samaa mieltä jokaisen väittämän kohdalla.

Mitä odottaisitte hyvältä ravitapahtumalta? Valitkaa 1-3 sopivinta

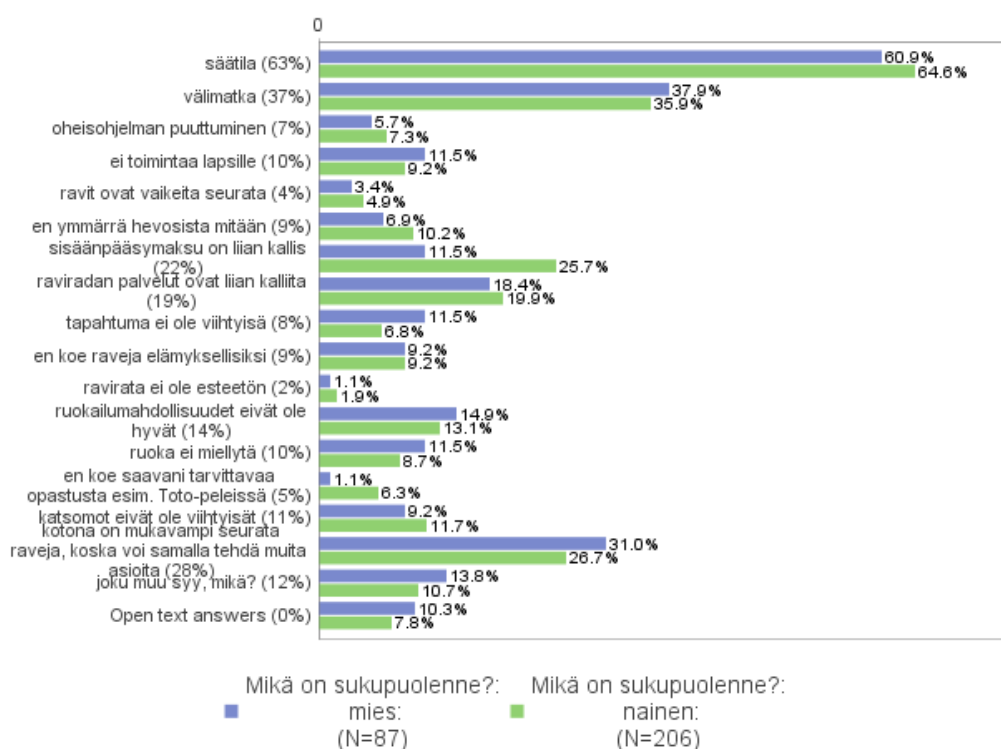


Kuva 11. Odotukset hyvältä ravitapahtumalta

Mielikuvien jälkeen kyselylomakkeessa kysyttiin vastaajan syitä ja motivaattoreita osallistua raveihin. Kuva 11 kuvastaa prosenttijakaumia eri asioiden välillä, joita vastaajat odottaisivat hyvältä ravitapahtumalta. Huippuhevoset ja hyvä tunnelma saivat selkeästi eniten vastauksia. Vähiten vastaajat odottaisivat lastenhoitomahdollisuutta ja helppoa saatavuutta. Yhteenkuuluvuuden tunne on myös vähemmän odotettu asia. Jokin muu, mikä -kysymys sai mm. seuraavanlaisia vastauksia: terveellinen ruoka, maukas ruoka, juoma ja ruoka,

hyvä ruokailumahdollisuus sekä ulkoilu. Tarkasteltaessa miehiä ja naisia erikseen, miehet odottivat selvästi enemmän Toto-pelejä kuin naiset. Miehistä 45 prosenttia ilmoitti odottavansa hyvältä ravitapahtumalta Toto-pelejä. Naiset taas odottivat ravitapahtumalta selkeästi miehiä enemmän hyvää tunnelmaa ja aikaa perheen tai ystävien kanssa. Naisista 52 prosenttia oli vastannut hyvä tunnelma -vaihtoehdon, ja 32 prosenttia aika perheen tai ystävien kanssa -vaihtoehdon.

Mikä asiat estäisivät teitä osallistumasta raveihin? Valitkaa 2-4 sopivinta vaihtoehtoa.



Kuva 12. Vastaajien estot lähteä raveihin

Kuva 12 kuvastaa asioita, jotka estäisivät vastaajia lähtemästä raveihin. Eniten vastaajia estäisi lähtemästä raveihin säätila sekä välimatka raviradalle. Raveihin lähtemättömyyttä perusteltiin myös sillä, että kotona on mukavampi seurata raveja. Vähiten raveihin estäisi lähtemistä raviradan esteettömyys sekä ravien vaikea seurattavuus. Avoimessa kysymyksessä raveihin lähtöä estivät mm. kiinnostuksen puute, yksinäisyys, valjastusalueelle pääsemättömyys, tapahtuman hidastempoisuus sekä lähtöjen huonotasoisuus. Vastaajat, jotka eivät olleet koskaan käyneet raveissa, pitivät estävinä tekijöinä eniten hevosista ymmärtämättömyyttä, ravien elämyksellisyyden puutetta sekä ra-

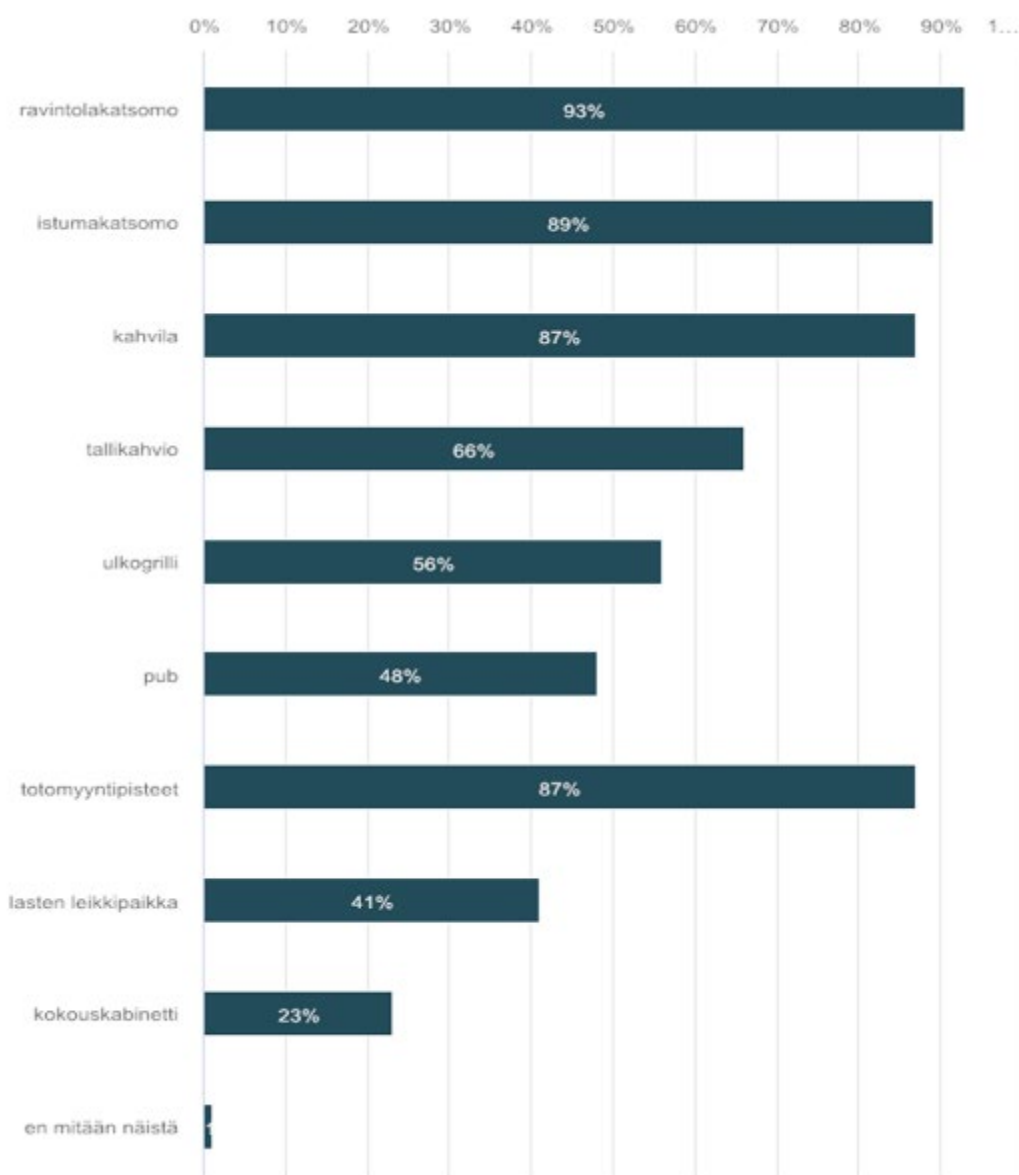
vien vaikeasti seurattavuutta. Miesten ja naisten mielipiteet olivat melko samanlaisia, mutta naiset pitivät enemmän estävinä tekijöinä puutetta saada tarvittavaa opastusta sekä ravien sisäänpääsymaksuja.



Kuva 13. Palveluiden tärkeys hyvässä ravitapahtumassa (n=293)

Seuraavat kysymykset kyselyssä koskivat yleisesti ravien palveluita sekä Mikkelin Raviradan tarjoamia palveluita. Kuva 13 kuvastaa palveluita, joita ihmiset

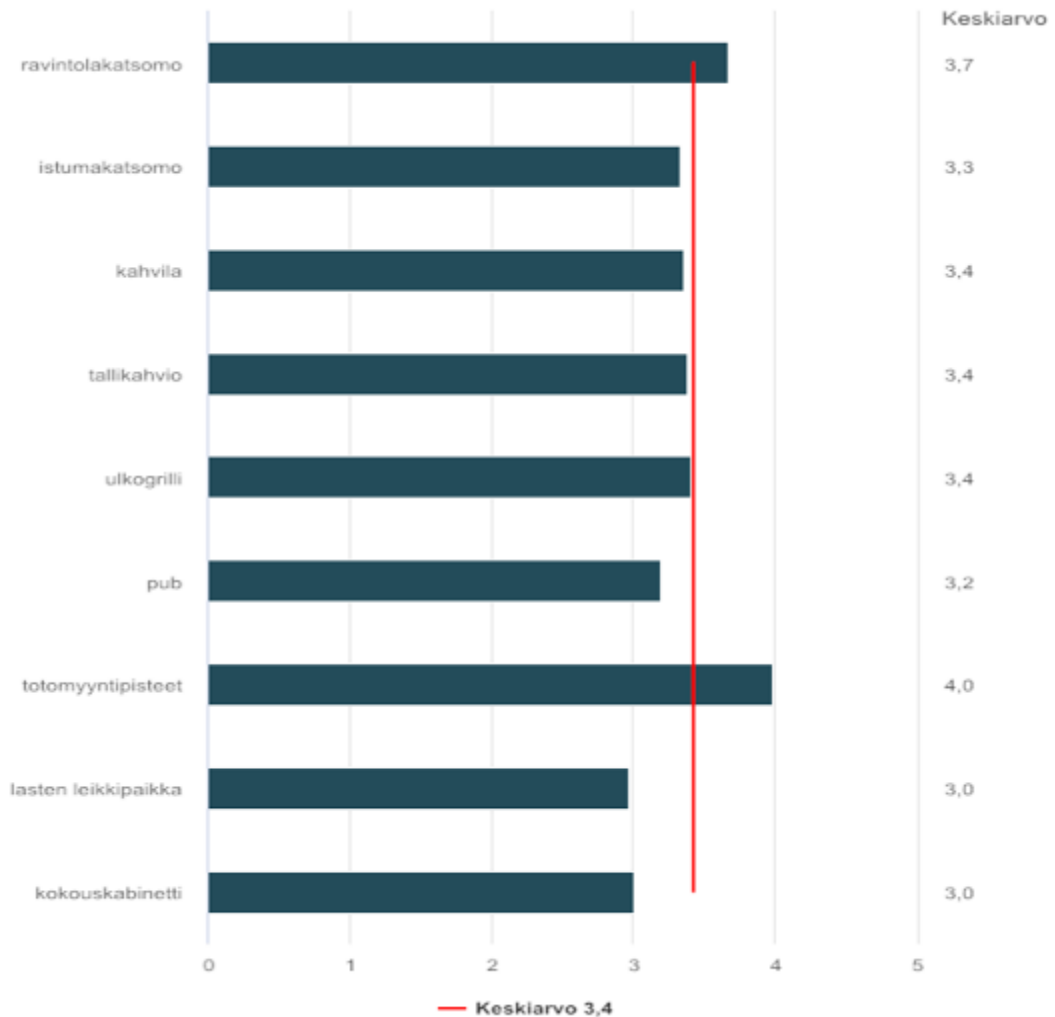
pitäisivät tärkeinä ravitapahtumassa. Kysymys oli positiokysymys, jossa vaihtoehto 1 vastasi ei ollenkaan tärkeää -mielipidettä, ja vaihtoehto 5 vastasi todella tärkeää -mielipidettä. Tärkeimmiksi palveluiksi valikoituivat henkilökunnan palveluallttius, pysäköinnin helppous, käsiohjelman tarjoama informaatio, videonäytöt, musiikki ja äänentoisto sekä ruokapalvelut. Vähiten tärkeimmiksi palveluiksi yleisesti raveissa valikoituivat valmispelien saatavuus, mahdollisuus osallistua hevostoimintaan sekä oheisohjelma. Vaikka oheisohjelmaa ei yleisesti pidetty tärkeänä raveissa, sitä kuitenkin toivottiin Mikkelin raveihin.



Kuva 14. Vastaajien tietämys Mikkelin Raviradan palveluista

Mikkelin Raviradan palveluista melko hyvin tunnettavia kyselyn mukaan olivat ravintola- ja istumakatsomo. Muiden palveluiden tunnettavuus ei ole niin hyvää. Vain 23 % vastaajista tiesi kokouskabinetin olemassaolosta, joten se oli

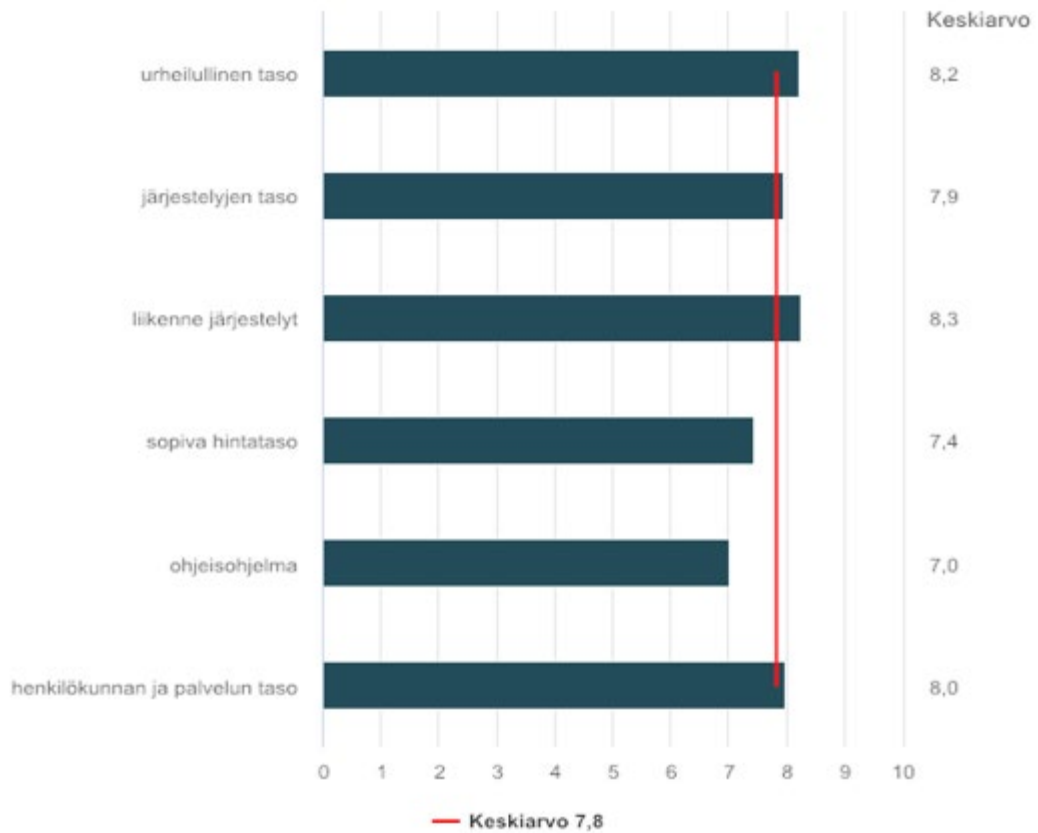
ehdottomasti vähiten tunnettu palvelu Mikkelin Raviradalla. Palveluiden tunnettavuus oli melko heikkoa niidenkin vastaajien keskuudessa, jotka käyvät melko usein Mikkelin raveissa. (Kuva 14.) Ulkogrilli ja Pub tunnettiin paremmin miesten keskuudessa kuin naisten.



Kuva 15. Vastaajien tyytyväisyys Mikkelin Raviradan palveluihin (n=293).

Kuva 15 kuvastaa vastaajien tyytyväisyyttä Mikkelin Raviradan palveluihin. Kysymys oli positiokysymys, jossa vaihtoehto 1 kuvasti todella tyytymätön -mielipidettä, ja vaihtoehto 5 todella tyytyväinen -mielipidettä. Lisäksi oli vaihtoehto 6, joka kuvasti mielipidettä en osaa sanoa. Kuvan 15 kuvaajasta on piilotettu kokonaan vaihtoehto 6, jotta se ei vaikuta väärin keskiarvoon. Eniten en osaa sanoa -vaihtoehtoa valittiin kokouskabinetin kohdalla, johtuen todennäköisesti siitä, ettei sen olemassaolosta tiedetty eivätkä vastaajat olleet käyttäneet sitä. Kaikkiin palveluihin oltiin keskimääräistä tyytyväisempiä, mutta mihinkään palveluun ei oltu kuitenkaan erityisen tyytyväisiä. Eniten tyytyväisiä

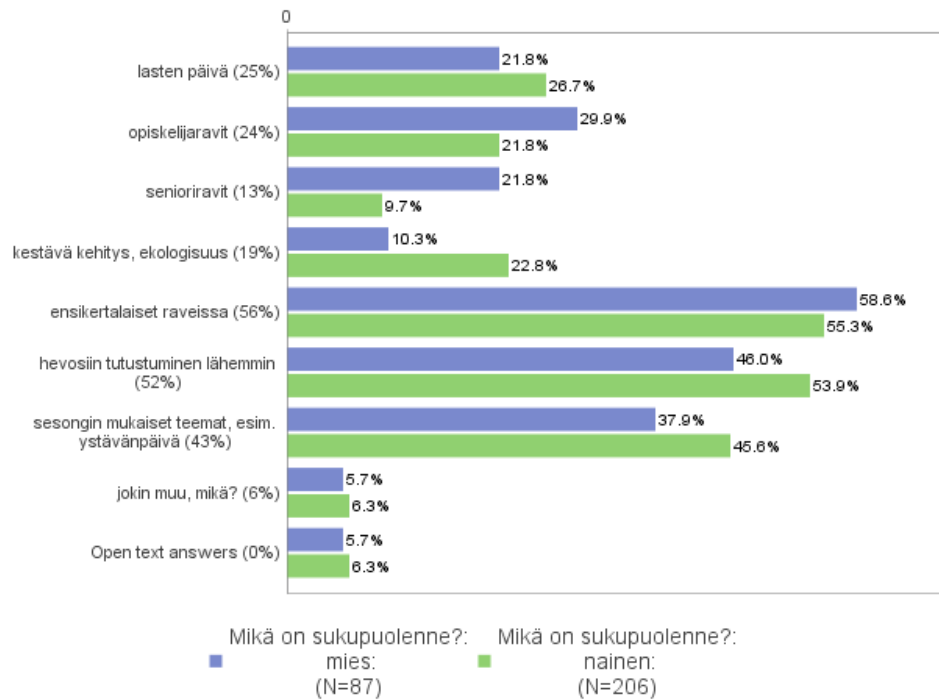
oltiin totomyyntipisteisiin, ja vähiten tyytyväisiä oltiin lasten leikkipaikkaan sekä kokouskabinettiin.



Kuva 16. Ravien eri tasoja arvosteltuna käytyjen Mikkelin ravien perusteella (n=293)

Lopuksi kyselyssä pyydettiin vielä arvioimaan yleisellä tasolla tapahtuvia asioita Mikkelin raveissa, sekä kertomaan, minkälaisia teemoja vastaajat halusivat nähdä tulevissa raveissa. Kuva 16 kuvastaa sitä, miten vastaajat arvostelivat yleisellä tasolla Mikkelin ravien eri tasoja. Vastaajia pyydettiin arvostelemaan näitä asioita kouluarvosana-asteikolla 4–10. Tyytyväisimpiä vastaajat olivat ravien urheilulliseen tasoon ja liikennejärjestelyihin. Myös henkilökunnan ja palvelun tasoon oltiin melko tyytyväisiä. Huonoimman arvosanan sai ravien ohjeisohjelma, mikä viittaa siihen, että siihen pitäisi panostaa, ja sitä pitäisi parantaa.

Minkälaisia teemoja haluaisitte näkyvän ravitapahtumassa? Valitkaa ainakin 1 sopiva vaihtoehto.



Kuva 17. Vastaajien toiveita tulevista teemoista raveissa sukupuolijakauman mukaan (n=293)

Kuva 17 kuvastaa vastaajien toiveita teemoista, joita he haluaisivat nähdä tulevissa raveissa. Niistä toivottiin eniten ensikertalaiset raveissa -aihetta. Tässä vaihtoehdossa sukupuolijakauma oli melko tasainen. Lisäksi teemoista nousivat esille hevosiin lähemmin tutustumisen aihepiiri sekä sesongin mukaiset teemat. Naisista 23 % vastasi kestävä kehitys ja ekologisuus -vaihtoehdon, kun taas ainoastaan 10 % miehistä valitsi tämän vaihtoehdon. Miehiä kiinnosti selvästi naisia enemmän opiskelijaravit sekä senioriravit. Avoimeen kysymykseen tuli seuraavanlaisia vastauksia: lähiruoka, muut hevosharrastukset, ilmaisravat, sinkkuravit sekä työpaikkojen virkistysillat.

Kyselyn viimeinen kysymys oli avoin kysymys: ”Vapaa sana siitä, miten Mikkelin ravitapahtumia voisi kehittää. Millaista ohjelmaa erityisesti kaipaisitte raveissa? Entä millaisia palveluita?”. Yhteensä vastauksia tähän kysymykseen saatiin 80 kappaletta. Kysymystä analysoitiin Webropolin *text mining* -toiminnolla, jossa vastauksista pystyy etsimään usein toistuvia sanoja, sekä jaotella vastauksia näiden toistuvien sanojen mukaan. Vastauksissa korostuivat erityisesti sanat ravintola, ohjelma, hinta sekä enemmän. Erityisesti kehotusehdotuksia tuli ravintolapalveluita kohtaan, sekä myös ohjelmaa toivottiin paljon. Katsomoiden viihtyvyyttä kritisoitiin myös, ja niitä kehoitettiin tekemään entistä

viihtyisimmiksi. Alla näkyy kyselystä otettuja vastauksia, joissa useimmin toistuvat sanat olivat esillä. Kaikki vastaukset ovatkin hyvin samankaltaisia, ja käsittelevät samoja aiheita.

Lähtöjen välille jotain ohjelmaa. Lähtöjen välit lyhyemmiksi. Lapsille lisää ohjelmaa. Kattavammat ravintolapalvelut.

Teemaraveja niin saataisiin ehkä ihmisiä enemmän paikan päälle. Pääsymaksu pois tai todella alhaiseksi.

Radan tarjoamat ruokapalvelut eivät ole riittävän tasokkaat. Rennompaa ruokaa ja ravintokatsomon alakerta viihtyisämmäksi, samoin istumakatsomon.

Oheistoimintaa, jotta ajan voisi viettää hyvin lasten kanssa. Hintataso maltillisena, jos lapsiperheitä halutaan asiakkaiksi. Remonttia tiloihin, kuluneet ja vanhat.

Lapsille mukavaa puuhaa, esim. tempurataa, aarteen etsintään, pihapelejä/leikkejä. Monipuolista ja terveellistä ruokaa, myös kasvisvaihtoehtoja. Lähiiruoka tutuksi.

Palveluista ravintolapalveluihin paikallisia tuottajia ja heiltä tilattuja tuoreita tuotteita tarjontaan. Räväkkää tekemistä ja nähtävää oheisohjelmaan.

Jotain hauskaa väliohjelmaa lähtöjen välillä. Saisi tällöin houkuteltua uutta väkeä paikalle. Monet kokevat ravit tylsiksi.

Istumakatsomon penkit ovat epämukavat ja tv:t aivan liian pienet ravien seuraamiseen. Lähtöjen väliin jotain ohjelmaa, koska silloin aika käy pitkäksi ihmiselle, joka ei pelaa raveja.

En ole käynyt Mikkeliissä mutta yleisesti lähtöjen väliin kaipaisin itse enemmän jotain ohjelmaa. Tottunut ratsastuskilpailuiden nopeampaan tempoon, joten lähtöjen väliset ajat tuntuvat ajoittain kovin pitkiltä.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tässä luvussa pohditaan tulosten vastauksia ja niiden luotettavuutta. Lisäksi esitellään tulosten pohjalta muodostuneet kehittämisehdotukset.

7.1 Johtopäätökset

Kyselytutkimuksen tulosten perusteella voidaan sanoa, että ihmisten mielikuvat raveista ovat hyvät hevosten hyvinvoinnin ja urheilulajin mielenkiinnon osalta. Vastauksissa ei myöskään koettu raviurheilun olevan erityisen vaikeasti lähestyttävä laji. On kuitenkin muistettava, että suurin osa kyselyyn vastanneista on käynyt useamman kerran raveissa. Tarkasteltaessa pelkästään joukkoa, joka ei ole koskaan käynyt Mikkelin raveissa, oli 60 % vastanneista samaa mieltä siitä, että ravit ovat vaikeasti lähestyttävä laji. Nämä vastaajat pitivät raveihin lähtemistä estävinä tekijöinä sitä, etteivät ymmärrä hevosista mitään, ja että ravit ovat vaikeasti seurattavia. Tämä on otettava huomioon, jos täysin uusia kävijöitä yritetään houkutella raveihin.

Huonoimmiksi mielikuviksi raveista kyselyn perusteella osoittautuivat riittävä oheistoiminta, riittävä määrä ruoka- ja muita palveluita sekä ravien lapsiperheystävällisyys. Varsinkin oheistoiminnan ja -ohjelman puuttuminen Mikkelin ravitapahtumissa tuli esille parissa kysymyksessä. Erityisesti avoimeen kysymykseen vastanneet toivoivat lapsille jotakin ohjelmaa, jotta lapsiperheen olisi aikaisempaa helpompi osallistua raveihin. Lapsiperheessä lapsi kuitenkin määrittelee aika pitkälle sen, millaisiin tapahtumiin perheen on mukava osallistua. Ohjelma ja oheistoiminta voi liittyä jollakin tapaa raveihin, mutta sen ei ole pakko, jos se vain luo jotakin lisäarvoa tapahtumalle. Tällainen lisäarvoa tuova toiminta, joka olisi lasten mieleen, voisi olla esimerkiksi pomppulinna. Se ei liity raviurheiluun, mutta tuo viihtymisen muodossa lisäarvoa lapsiasiakkaille sekä heidän perheilleen.

Ihmisten odotukset hyvältä ravitapahtumalta liittyvät läheisesti elämyksellisyyteen. Vastaajat odottaisivat erityisesti huippuhevosia, hyvää tunnelmaa, jännitystä, sosiaalisuutta, aikaa perheen tai ystävän kanssa, Toto-pelejä sekä irtiotoa arjesta. Nämä asiat ovat sellaisia, jotka pystytään kaikki yhdistämään elä-

myskolmio-malliin, joka aikaisemmin esiteltiin luvussa 5.3. Huippuhevoset liittyvät ravikulttuuriin ja sitä kautta tapahtuman aitouteen. Hyvä tunnelma ja sosiaalisuuden kokeminen taas liittyvät ravitapahtuman kokemiseen moniaistisesti. Hyvän tunnelman voi kokea eri aisteilla, mutta toisaalta hyvä tunnelma voidaan yhdistää myös vuorovaikutuksen luomiseen tapahtuman kanssa. Irtoitto arjesta liittyy selvästi kontrastiin, koska kävijä haluaa jotakin erilaista hänen normaaliin arkeensa verrattuna. Toto-peli ja siitä tuleva voitto voivat luoda kävijälle vuorovaikutuksen tapahtuman kanssa.

Elämyksellisyyteen liittyvistä vastauksista voidaan päätellä, että katsojat kaipaavat raveilta elämyksellisyyttä, vaikka he eivät suoranaisesti asiaa itse näin koekaan. Ravitapahtumasta olisi tärkeää tehdä elämyksellinen, koska se auttaa myös hyvän asiakaskokemuksen muodostumisessa. Jos asiakas ilahtuu tapahtumasta ja saamastaan palvelusta, hän hakeutuu tämän kokemuksen perään uudelleenkin. Asiakaskokemukseen kuuluu myös palvelun mieleen jääminen, joten Mikkelin ravitapahtuman tulisi voida tarjota jotakin uutta ja yllättävää, jotta tapahtuma jäisi katsojan mieleen. Tähän taas liittyy tapahtuman suunnittelu, eli ei luoteta samaan vanhaan helppoon kaavaan joka raveissa. Ravien samalla kaavalla toteuttaminen helpottaa järjestäjän työtä, mutta tällä tavalla ei saa aktivoitua ihmisiä lähtemään katsomaan raveja. Ravien on aina-kin joskus tarjottava katsojalle jotakin uutta, koska se tarjoaa arjesta poikkeavia kokemuksia, jotka auttavat elämyksien syntymisessä.

Asiat, jotka estäisivät eniten ihmisiä lähtemästä raveihin, olivat sellaisia, joihin on hyvin vaikea vaikuttaa itse. Tällaisia olivat sekä säätila että välimatka. Toisaalta vastaajat totesivat, että raveja on mukavampi seurata kotoa käsin, koska siellä pystyy tekemään muita asioita ravien lomassa. Tämä viittaa haasteeseen ravien pituudesta ja niiden hitaudesta. Ravien aikatauluja ja niiden alkamisajankohtia säännöstelee Suomen Hippos ry sekä Toto-pelien lähetysten ajankohdat, joten aikatauluihin raviradan on hyvin vaikea vaikuttaa itse. Jos kuitenkin lähtöjen välissä olisi jotakin ohjelmaa tai tekemistä, niin motivoisiko se ihmisiä paremmin lähtemään raveihin, vaikka ne pituudeltaan pysyisivät ennallaan? Lähtöjen välit ovat sellaisia, joihin raviradat pystyvät vaikuttamaan ideoimalla niihin jotakin väliaikaohjelmaa. Varsinkin vähän raveista tietävälle ja vähemmän hevospelejä pelaavalle lähtöjen välit saattavat olla todella pitkiä ja tylsiä. Estävänä tekijänä pidetään myös liian kallista sisäänpääsymaksua, eli

hintojen nostaminen ei todennäköisesti ainakaan tuo lisää asiakkaita. Ilmaisivien järjestäminen voisi houkuttaa lisää katsojia raveihin, ja he voisivat käyttää rahansa muihin raviradan palveluihin.

Raviradan tarjoamista palveluista tärkeimmiksi nousevat ruokapalvelut, musiikki ja äänentoisto, käsiohjelma, videonäytöt, helppo pysäköinti sekä henkilökunnan palvelualltius. Mihinkään Mikkelin Raviradan palveluun ei olla erityisen tyytyväisiä, ja sanallisesti avoimessa kysymyksessä varsinkin ravintolapalveluita kritisoitiin erittäinkin paljon. Ravintolakatsomon taso pitäisi saada samalle tasolle kuin minkä tahansa muun ravintolan taso kaupungissa, jotta ihmisiä houkuttaisi lähteä ravitapahtumaan ainoastaan ravintolan ruoan ja sen tason takia. Tällöin itse raviurheilu olisi vain mukava lisä ruokailun oheen esimerkiksi raveista kokemattomalle ihmiselle. Raviradan palveluista ehdottomasti huonoiten tunnetaan kokouskabinetti, joten olisiko sitä syytä markkinoida enemmän varsinkin yrityksille? Palveluiden tunnettavuudessa on myös yleisellä tasolla parantamista, koska kaikkien muiden paitsi ravintolakatsomon tunnettavuus jäi alle 90 prosentin. Yrityksille toivottiin virkistysiltoja, vaikka ravirata järjestää jo elämyspakettia. Tätäkin palvelua tulisi markkinoida erityisesti yrityksille enemmän.

Yleistasolla arvioituna oheisohjelma sai huonoimman arvosanan Mikkelin Raviradan palveluista, joka tukee ajatusta siitä, että raveissa tulisi olla enemmän tai ainakin laadukkaampaa ohjelmaa. Henkilökunnan palvelualltiuteen oltiin tyytyväisiä, eli olemassa olevat aktiiviset kosketuspisteet Mikkelin Raviradalla ovat hyvällä mallilla. Henkilökunnan palvelualltius ja hyvä palvelu vaikuttavat positiivisesti katsojan asiakaskokemukseen. Teemoista eniten halutaan nähdä ensikertalaisia raveissa, sesongin mukaisia teemoja, hevosiin lähemmin tutustumista sekä lasten päivää.

Kyselyn raportoinnissa vertailtiin keskenään miesten ja naisten vastauksia, ja sitä, olisiko heidän haluamissaan asioissa ja mielipiteissä selkeitä eroja. Halusin vertailla vastauksia keskenään, koska miesten osuus vastaajista oli huomattavasti pienempi kuin naisten. Kyselyn perusteella miehet arvostavat huomattavasti enemmän hyvässä ravitapahtumassa Toto-pelejä ja huippuhevosia, kun taas naisille tärkeämpää on aika perheen tai ystävien kesken sekä

ohjelma lapsille. Estävissä tekijöissä naisten mielipiteistä nousi esille liian kallis sisäänpääsymaksu, kun taas miehet katsovat mieluummin raveja kotoa käsin, koska he pystyvät samalla tekemään muita asioita. Pääosin ravien tarjoamat palvelut olivat sekä miehille että naisille yhtä tärkeitä, miehet tosin pitävät Totopelimyyntiä paljon tärkeämpänä. Tästä voidaan tehdä johtopäätös, että miehet tulevat pääosin raveihin katsomaan huippu-urheilua sekä pelaamaan vedonlyöntipelejä. Naiset taas käyvät raveissa useammin perheen, varsinkin lasten, kanssa vapaa-ajan vieton mielessä, ja siksi kalliit hinnat saattavat olla suurikin este, jos asioita pitää maksaa useamman henkilön kohdalta. Naiset myös arvostavat enemmän asioiden helppoutta, oheisohjelmaa ja informaation saatavuutta.

Kyselyn perusteella naiset ovat ehkä halukkaampia kehittämään Raviradan palveluita kuin miehet, koska he vastasivat kyselyyn huomattavasti enemmän. Miehet olivat vähemmän tyytymättömiä oheisohjelman puuttumiseen. Toisaalta voi olla, jos miehet arvostavat lähinnä urheilua ja Toto-pelejä raveissa, eivät he erityisesti koe raveissa olevan mitään kehitettävää, koska urheilu ja Toto-pelit ovat valmiiksi hyvin saatavissa raveissa. Ikäjakauma kyselyyn osallistuneiden kesken on melko tasainen, joka ehkä osaltaan kumoaa väitettä siitä, että raveissa käy vain keski-ikäisiä ja sitä vanhempia ihmisiä. Vastaajista 91 prosentilla on raviharrastaja tuttavapiirissään. Olisiko tämä kenties hyväksikäytettävä voimavara ensikertalaisia ja kokemattomampia henkilöitä houkuteltaessa raveihin? Suurin osa käy raveissa jonkun muun kanssa, ja raveihin estävissä asioissa mainittiinkin yksinäisyys. Raveja tulisi kehittää niin, että ihmiset eivät pitäisi yksinäisyyttä estävänä tekijänä lähteä raveihin. Vähiten Mikkelin ravipäivistä käydään sunnuntairaveissa, vaikka sunnuntai olisi juuri se päivä, kun ihmisillä olisi vapaa-aikaa tehdä asioita ja harrastaa. Sunnuntairaveihin tulisi panostaa, ja niille voisi luoda perheystävällisen profiilin.

Mielikuvat raveista ovat hyviä ja suurin osa vastanneista on edes joskus käynyt Mikkelin raveissa, mutta miten saada ravitapahtumasta yhä kiinnostavampi, ja potentiaalinen vaihtoehto ajanvietteeksi? Ravien pitkäkestoisuutta tulisi kompensoida mielenkiintoisella ja kohderyhmälle sopivalla oheistoiminnalla. Erityisesti ravien elämyksellisyyden ja niiden asiakaskokemuksen toteutumiseen tulisi kiinnittää huomiota. Varsinkin kokeneille ravikävijöille tulisi ke-

hittää jotakin uutta toimintaa ravitapahtumiin, jotta elämyksellisyyden toteutuminen pystyttäisiin takaamaan paremmin. Jokaiselle ravitapahtumalle tulisi määrittää yksi selkeä kohderyhmä, jotta pystyttäisiin keskittymään juuri sille kohderyhmälle sopivaan tapahtuman sisältöön ja oheistoimintaan. Luvussa 7.3. olevat kehitysehdotukseni liittyvät ravien elämyksellisyyteen ja sitä kautta asiakaskokemukseen luomieni tapahtumakonseptien kautta. Kyselyn perusteella Mikkelissä tulisi kehittää myös Raviradan ravintolakatsomon toimintaa, palveluiden markkinointia sekä yleisesti katsomoiden viihtyvyyttä.

7.2 Tulosten luotettavuus

Mittauksen luotettavuuteen vaikuttavat sisällölliset, kulttuuriset, tilastolliset, tekniset ja kielelliset asiat. Kun pohditaan tutkimuksen luotettavuutta, puhutaan käsitteistä *validiteetti* ja *reliabiliteetti*. Lyhyesti ilmaistuna validiteetti tarkoittaa, mitataanko sitä mitä piti, ja reliabiliteetti kertoo, miten tarkasti on mitattu. (Vehkalahti 2014, 40-41.) Hiltunen (2009) mukaan validiteetti ilmaisee sen, miten hyvin tutkimusmenetelmä mittaa juuri sitä ilmiön ominaisuutta, mitä oli tarkoitus mitata. Kun tutkimuksen kohderyhmä ja kysymykset ovat oikeita, validiteetti on hyvä. Käytetty tutkimusmenetelmä ei itsessään johda tietoon, vaan menetelmä on aina valittava sen mukaan, millaista tietoa halutaan.

Reliabiliteetilla tarkoitetaan mittaustulosten toistettavuutta, ja sitä, miten luotetavasti käytetty tutkimusmenetelmä mittaa haluttua ilmiötä. Reliabiliteetin yhteydessä ilmoitetaan yleensä mittavirhe, jotta sitä voidaan arvioida esimerkiksi toistomittauksilla. Reliabiliteetti jaetaan kahteen eri osatekijään: *stabiliteettiin* ja *konsistenssiin*. Stabiliteetti tarkoittaa tutkimusmenetelmän tai mittarin pysyvyyttä ajan saatossa. Epästabiiilissa menetelmässä näkyvät esimerkiksi vastaajan mielialan muutokset helposti. Usein tämä reliabiliteetin mittaustapa ei ole hyvä, koska huono reliabiliteettikerroin on helpompi selittää ajassa tapahtuneilla muutoksilla kuin epästabiiililla mittarilla. Konsistenssi taas tarkoittaa yhtenäisyyttä. Jos useista eri väittämistä koostuva mittari jaetaan kahteen joukkoon väittäminä, kummankin väittämäjoukon tulisi mitata samaa asiaa. Reliabiliteetti koostuu kahdesta hyvin erilaisesta käsitteestä, eikä konsistentti mittari ole aina stabiiili, eikä stabiiili mittari ole aina konsistentti. On kuitenkin muistettava, että mittareiden tulee aina olla valideja, jotta mittauksella olisi jotakin arvoa. (Hiltunen 2009.)

Opinnäytetyön tutkimuksessa toimittiin eettisten periaatteitten mukaisesti, eikä yksittäisiä vastaajia pysty yhdistämään tiettyyn vastaukseen. Vastaajat ovat olleet tietoisia tutkimuksen taustoista, ja tutkimustulokset perustuvat tehtyyn kyselytutkimukseen. Analysoinnissa käytettiin hyväksi opinnäytetyön teoriapohjaa. Vastauksia kyselyyn saatiin 293 kappaletta, joka on melko hyvä otosjoukko verrattuna esimerkiksi iltaravien n. 500:n henkilön osallistumismäärään. Vastaaminen on myös perustunut täysin vapaaehtoisuuteen, joten se ja reilu otosjoukko lisäävät tutkimuksen reliabiliteettia. Vastauksia kuitenkin hie- man vääristöä naisten suuri osallistumisprosentti suhteessa miehiin. Siksi ha- luttiin vertailla naisten ja miesten vastaustuloksia keskenään. Kyselylomak- keen pituus on saattanut vaikuttaa henkilöiden jaksamiseen vastata siihen, mutta edelleenkin en jättäisi mitään kysymystä pois siitä, koska koen niiden kaikkien olleen tarpeellisia. Mielestäni opinnäytetyössäni tutkimusmenetelmän valinta on ollut onnistunut, ja kyselytutkimuksen kysymykset ovat vastanneet ilmiöön ja tutkimusongelmaan, eli siihen, miten saadaan lisää katsojia Mikkelin raveihin. Näin ollen tutkimus on validi, mutta sen reliabiliteetti ei välttämättä ole täysin luotettava mitattaessa tutkittavaa ilmiötä.

7.3 Kehittämisehdotukset

Seuraavat kehittämisehdotukset perustuvat kyselytutkimuksesta saatuihin tu- loksiin, joita analysoitiin jo aikaisemmin. Toimeksiantajan pyynnöstä, kehitys- ehdotukset keskittyvät parantamaan ravien sisältöä tapahtumakonseptien muodossa. Luvussa 3.3 kerrottiin tapahtumakonseptoinnista. Uusissa ideoissa vastataan strategisiin ja operatiivisiin kysymyksiin, jotka Vallo ja Häyrinen ovat määritelleet. Kehitysehdotuksiin valittiin kolme eniten toivottua teemaa, ja ra- kennettiin niiden ympärille tapahtumakonseptit raveihin. Kehitysehdotuksiin yritettiin valita toisaalta varmoja ehdotuksia, kuten lasten ravit, ja taas toisaalta uusia Mikkelissä ennen näkemättömiä ehdotuksia, kuten lähiruoka-ravit. Eh- dotukset ovat todellakin vain konsepteja, joten niiden sisältö saattaa muuttua olosuhteiden pakosta. Esimerkiksi ulkopuoliset tahot, mm. erilaisten aktiviteet- tien järjestäjät, riippuvat täysin alueen tarjonnasta ja yritysten omasta halusta osallistua Raviradan toimintaan. Tapahtumakonsepteista on rajattu pois las- kelmien teko juuri sen takia, että konseptit saattavat vielä muuttua. Nämä kon- septit ovat kaavapohjia, joiden avulla ravitapahtumaa voidaan suunnitella

eteenpäin. Jatkokehitysehdotuksena tässä olisi opinnäytetyön aiheita: tehdä tarkemmat suunnitelmat ravitapahtumalle, tehdä sille laskelmat ja järjestää kyseinen tapahtuma.

Kyselytutkimuksen perusteella Mikkelin Raviradalla tulisi kehittää myös palvelujen markkinointia ja tunnettavuutta, ravintolakatsomon palveluita ja niiden tunnettavuutta sekä katsomoiden viihtyvyyttä. Jatkokehittämisehdotukset Raviradalle liittyvät näihin teemoihin. Tärkeimpänä kyselyn perusteella pidän ravintolakatsomon palveluiden kehittämistä. Tässä olisi hyvä aihe restonomien opinnäytetyölle, jos Mikkelin Raviradalla olisi halukkuutta siihen. Suomen raviratojen katsomoiden viihtyvyydestä Ronkainen Oulun ammattikorkeakoulusta on tehnyt opinnäytetyön, johon Ravirata voisi tutustua halutessaan. Katsomoiden viihtyvyyden parantaminen ei ole ihan yksinkertaista, koska se on kuitenkin taloudellisessa mielessä haastava asia. Uudistuminen ei ole koskaan täysin ilmaista. Markkinoinnista kiinnostunut opiskelija voisi tehdä opinnäytetyön Raviradan palvelujen markkinoinnista. Esimerkiksi kokouskabinetti ja elämyspaketti olisivat täydellisiä yritysten käyttöön, vaikka yhdistettynä pakettina, mutta tuntuu, että niiden markkinointi ei ole ollut tarpeeksi tehokasta.

7.3.1 Ravit tutuiksi

Ehdottomasti toivotuimmat teemat kyselyn perusteella sekä miesten että naisten osalta olivat ensikertalaiset raveissa sekä hevosiin tutustuminen lähemmin. Nämä teemat ovat sellaisia, jotka mielelläni yhdistän, koska todennäköisesti vähemmän raveista tietävät tuntevat myös hevoset huominkin. Ravit tutuiksi -konsepti on tarkoitettu kaikille ensikertalaisille raveissa, sekä myös raveissa jo käyneille, jotka haluavat oppia tuntemaan ravit hieman paremmin.

Ravit tutuiksi -konseptissa tutustutaan raviurheiluun Mikkelin Raviradan työntekijöiden johdolla. Lippu tapahtumaan maksaa 15–20 euroa, joka sisältää perhdytyksen Suomen raviurheilun historiaan, raviurheilun rakenteisiin, kilpailijoiden olosuhteisiin sekä Toto-pelien pelaamiseen. Liput pitää ostaa ennakoon, jotta Ravirata pystyy ennakoimaan osallistuvien määrän. Lipun hinta sisältää paikan ravintolakatsomoon, jossa Raviradan henkilökunta kertoo edellä mainittavista asioista. Mukana on myös toiminnallisuutta, esimerkiksi Totopelieistä kerrottaessa opetellaan yhdessä täyttämään Totopelilappuja. Lisäksi

katsomossa voisi olla vaihtuva ulkopuolinen puhuja, esimerkiksi ammattikuski, joka kertoisi millaista on ajaa raveissa kilpaa tms. Tarkoitus olisi, että puheenvuorot toteutetaan aina lähtöjen väleissä, jolla saadaan ravitapahtumaan koko ajan jotakin toimintaa. Ravintolakatsomossa on myös tarjolla ruoka. Osallistujille jaetaan ravien käsiohjelma, ja opastetaan, miten sitä luetaan. He saavat myös ohjekirjasen, johon on koottu ravislangin termejä ja niiden selityksiä. Ennen ravien alkua järjestetään varikkoaluekierros, jossa kierroksen vetäjä kertoo enemmän kilpailijoiden olosuhteista. Varikkoalueella on myös lähemmin tutustuminen etukäteen sovittuun valmentajaan. Valmentaja kertoo asioita hevosen hoidosta ja kilpailuun valmistautumisesta. Halukkaat saavat myös taputella hevosta ja ottaa sen kanssa kuvia.

Ravit tutuiksi -konsepti viestii, että raviurheilu on avointa koko kansalle, ja kuka tahansa voi oppia tuntemaan sen. Tapahtuma järjestetään Mikkelin Raviradalla pääsääntöisesti oman henkilökunnan voimin. Tässä konseptissa henkilökunnalla on iso rooli ravitapahtuman kosketuspisteiden muodostumisessa. Tälle ravitapahtumalle voisi sopia mikä ravipäivä tahansa, mutta se voisi profiloitua arkipäiville. Konseptia voidaan järjestää ympäri vuoden. Tapahtuman idea ja teema näkyvät ohjelmassa päivän aikana. Uusille ja kokemattomille ravikävijöille tällainen tapahtumakonsepti on takuuvarmasti elämyksellinen. Se poikkeaa hyvin paljon heidän normaalista arkipäivästään, ja kokemisen tasolla ihminen oppii uusia asioita ravitapahtumasta ja muodostaa mielipiteitä. Jos tapahtuma on onnistunut, asiakas kokee positiivisen tunnereaktion, ja saattaa aloittaa raviurheiluharrastuksen tai ainakin tulla ravitapahtumaan uudestaan.

Raveissa, joissa ravit tutuiksi -tapahtuma järjestetään, ei ole tarkoitus, että kukaan muu ei voisi osallistua raveihin. Näinä päivinä muille voisi olla ihan normaali sisäänpääsymaksu, mutta ravintolakatsomo on varattu ravit tutuiksi -lipun ostajille. Näin ravitapahtuman kävijäkuntaa ei rajoiteta liikaa, ja muille osallistujille on kuitenkin saatavilla muita ruokapalveluja ja katsomotiloja. Ryhmille vastaavanlaisia konsepteja on olemassa muilla raviradoilla, mutta halusin tehdä nimenomaan konseptin, joka mahdollistaa myös yksittäisen henkilön osallistumisen tapahtumaan. Konsepti voi kannustaa myös yksinäisiä osallistumaan raveihin, koska he tietävät raveissa olevan sinä päivänä saman henki-

siä ihmisiä. Tällaisen tapahtuman onnistuminen edellyttää laajaa markkinointia, sillä raveista tietämättömät eivät muuten saa tietoa tapahtumasta. He eivät välttämättä seuraa esimerkiksi Mikkelin Raviradan Facebook-sivuja, jossa ravitapahtumista normaalisti viestitään.

7.3.2 Lasten ravit

Lasten ravit -nimi jo kertoo, että tämä ravikonsepti on suunniteltu lapsille ja heidän perheilleen. Kyselyn vastauksissa toivottiin melko paljon ohjelmaa lapsille. Kyselyn mukaan eniten raveissa käydään perheenjäsenten kanssa, joten näissä kahdessa asiassa on selvästi looginen yhteys. Myös luvussa 5.1 mainitussa Saastamoisen tutkimuksessa ravialan nykytilanteesta koettiin tärkeäksi perheille suunnatut palvelut hevosten parissa. Perheiden on mukava käydä tapahtumissa, joissa lapsille on tekemistä. Konsepti viestii, että huippu-urheilua voi käydä katsomassa myös lasten kanssa. Miehillä yritetään tehdä raveissa käymisessä lasten kanssa mukavampaa, koska kun lapsille on tekemistä, voivat he itse syventyä myös raviurheilun seuraamiseen. Kaikki aika ei mene lasten vahtimiseen.

Lasten ravit voisivat profiloitua sunnuntaipäivälle, jolloin suurimmalla osalla ihmisistä on vapaapäivä. Sunnuntairavit alkavat aikaisemmin, joten seuraavan aamun kouluun lähdöstä ei tarvitse huolehtia nuorempien kohdalla. Lasten raveissa on aina joitakin eläimiä nähtävillä ja siliteltävissä. Näitä voisivat olla esimerkiksi lampaat, aasit ja alpakat. Joku Mikkelin alueen talliyrittäjä tarjoaa talutusratsastusta, josta voisi erikseen ottaa parin euron osallistumismaksun, joka menisi suoraan yrittäjälle. Mikkelin Ravinuoret tuovat keppihevokset ja niiden esteet raviradan viereen, jossa lapset voivat vapaasti niitä käyttää. Lasten raveissa järjestetään keppari-Michelit, jossa halukkaat lapset pääsevät kilpailemaan raviradan etusuoralle keppihevosineen. Kaikki osallistujat palkitaan. Tämä ohjelmanumero järjestetään joidenkin lähtöjen välissä.

Tämä ravikonsepti voidaan järjestää vuodenajasta riippumatta. Aikaisemmin mainitut aktiviteetit löytyvät aina lasten raveista, ja lisäksi olisi vuodenajasta riippuvaa tekemistä. Tällaisia aktiviteetteja voisivat olla pomppulinna, liukuri-mäki, kasvomaalaukset sekä askartelu. Kasvomaalauksia ja askartelua voi

järjestää ympäri vuoden. Lämpimillä ilmoilla nämä aktiviteetit voivat olla ulkona, ja kylmällä sekä huonolla säällä ne voi järjestää sisällä katsomoissa. Pomppulinna on lasten raveissa kesällä ulkona. Ravintolakatsomon edessä on mäki, johon talvella voisi tuoda lisää lunta, ja tehdä siihen kunnon liukuri-mäen. Lasten ravien aikana Mikkelin Ravirata voisi tehdä yhteistyötä Saimaa Stadiumin kanssa, ja Super Parkkiin voisi olla näinä päivinä alennettu hinta ravilippua näyttämällä. Jos radalla olisi tandemkärryt, voisi lasten kesken arpoa pari tandemkärryajelua raviradan ympäri. Tandemkärryt ovat sellaiset, joilla voi kaksi ihmistä ajaa yhtä aikaa. Mietin myös ravintolakatsomon toimintaa, jossa yleensä tarjotaan buffettyyppinen ruoka raveissa. Lasten raveissa voisi olla yksi lautasannos 7 euron hintaan, jota ainoastaan lapset saavat tilata. Annos voisi olla hyvinkin yksinkertainen, mutta erityisesti lasten mieleen oleva, esimerkiksi hampurilainen tai nakkeja ja ranskalaisia.

Tapahtuman idea ja teema näkyvät ravipäivän ohjelmassa. Lasten ravit järjestää Mikkelin Ravirata mahdollisesti yhteistyössä Saimaa Stadiumin kanssa. Lapsille on luonnollisesti ilmainen sisäänpääsy, ja aikuisille voisi olla ainakin alennettu hinta esimerkiksi 3 euroa. Aikaisemmissa kappaleissa mainitun kaltainen ohjelma tekee ravitapahtumasta taatusti elämyksellisen lapsille, ja toisaalta lasten ohjelma voi parantaa vanhempienkin asiakaskokemusta. Vanhemmille tulee tunne, että heidät on todellakin huomioutu ja asetettu keskiöön ravitapahtumaa suunniteltaessa. Jos lapsi nauttii ravipäivän ohjelmasta paljon, jää tapahtuma hänelle mieleen, ja hän saattaa toivoa vanhemmilta uudestaan-kin päästä raveihin. Kun lapsi viihtyy tapahtumassa, myös vanhemmillä on mukavampaa.

7.3.3 Lähiruoka-ravit

Kyselytutkimuksessa toivotuimpien teemojen joukkoon pääsivät sesongin mukaiset teemat. Koska ravintolakatsomon palveluita oli moitittu, ja ruoan tasoa ja sen laatua toivottu parantavan, syntyi idea siitä, että yksi tapahtumakonsepti voisi jollain tavalla liittyä tähän. Muutama ihminen oli toivonut lähiruoan näkyvän Mikkelin Raviradan toiminnassa, josta heräsi ajatus lähiruoka-raveista. Raviradoilla on yleisesti ottaen kokeiltu järjestää esimerkiksi ystävän-

päivä- tai pääsiäisraveja, joten sesonkinäkökulmaan on otettu hieman erilainen lähestymistapa. Toisaalta lähiruoka-raveissa näkyy myös paikallisuuden suosimisen kautta teema ekologisuudesta ja kestävästä kehityksestä.

Lähiruokaravit yhdistävät hevosurheilun ja lähiruoan Mikkelin alueen ympäriltä. Sesonkiluonteisuuteen se sopii sen takia, että lähiruokat voitaisiin valita järjestämisaikojensa sesonkiin sopiviksi. Esimerkiksi syksyllä juhlitaan sardonkorjuun aikaa, joten lähituottajilta voidaan valita sopivia kaaleja, juureksia, sieniä ja marjoja, joista kootaan sopiva menu. En halua tässä määritellä sen tarkemmin menua, koska sen sisältö riippuu täysin siitä, mikä sesonki on menossa ja ketkä tuottajat haluavat mukaan tapahtumaan. Ravintolakatsomo tarjoaa näissä raveissa lähituottajien raaka-aineista tehtyä buffet-pöytää, johon kuuluvat runsaat alkusalaatit, kasvis- ja liha-/kalapääruoka vaihtoehdot sekä maittava jälkiruoka. Menu olisi esillä monessa eri paikassa, ja siinä olisi eritelty, mitkä raaka-aineet mistäkin ruokalajeista ovat tulleet lähituottajilta. Nämä ravintolakatsomon toimintaan osallistuvat tuottajat saavat lisäksi oman sponsorilähdön raveihin, ja he pääsevät osallistumaan palkintojen jakoon. Näin tuottajat saavat valtakunnallista mainosta Toto-tv:n välityksellä.

Lisäksi raveissa on esillä lähi- ja pientuottajien kojuja, joissa yrittäjät saavat esitellä ja maistattaa omia tuotteitaan. Mahdollisuuksien mukaan he voivat myös myydä katsojille omia tuotteita, esimerkiksi jauhoja, kananmunia tai alkoholitonta juomia. Lähiruoka-ravit tekevät lähi- ja pientuottajia tunnettavimmiksi, ja ne myös madaltavat kuluttajien kynnystä tutustua lähemmin heihin ja heidän tuotteisiinsa. Raveissa voisi olla myös jokin esitys. Esimerkiksi Kurikkaselän tilalla Juvalla, Farmila Oy:ssä, kasvatetaan Ylämaankarjaa, ja lisäksi talon emäntä käy pitämässä ratsastusnäytöksiä hevosellaan. Kurikkaselän tila voisi olla esimerkiksi esittelemässä tuotteitaan raveissa, ja lisäksi muutamassa lähtöjen välissä olisi ratsastusnäytös. Näin yrittäjäkin pääsee esittelemään omaa moniosaamistaan.

Tapahtuma järjestetään, jotta lähi- ja pientuottajat saisivat ansaitsemaansa näkyvyyttä. Erilainen konsepti voi tuoda raveihin myös uusia kävijöitä, ja se voi tehdä tavalliselle ravikävijällekin raveista elämyksellisen, koska lähiruokatahtuma tekee ravitapahtumasta uudenlaisen. Ravien erilaisuus luo elämyksellisyyden lisäksi kokemuksia, jotka saattavat viedä tapahtuman ravikävijän

mielestä uudelle tasolle, ja näin parantavat huomattavasti hänen asiakaskokemustaan ravitapahtumassa. Lähiruoka-ravit on suunnattu aikuisille ihmisille, jotka pitävät ruoasta ja arvostavat lähituottajia. Ravit järjestetään Mikkelin Raviradalla, yhteistyössä Raviradan ja osallistuvien tuottajien kesken. Erityisen suuressa roolissa on Raviradan ravintolapalveluiden emäntä, joka suunnittelee ruokalistan. Sopiva ajankohta raveille olisi sunnuntaina tai lauantaina, koska silloin suurimmalla osalla ihmisillä on vapaapäivä, ja aikaa tehdä asioita. Lähiruoka-ravit sopivat parhaiten keväästä syksyyn, jotta esittelykojut voivat olla ulkona. Tapahtuman luonne on urheilutapahtuma, joka lisää tietoisuutta lähiruoasta. Tapahtuman idea ja teema näkyvät tarjotussa ruoassa sekä ravien ohjelmassa.

8 YHTEENVETO

Työn tavoitteena oli saada selville, mikä tekee Mikkelin ravitapahtumista kiinnostavia, ja tuottaa sitä kautta kehitysehdotuksia Raviradalle. Ravitapahtuman kiinnostavuus on jo mietitty aihe, ja yleisö määrärien laskeminen on tiedostettu ravi-ihmisten keskuudessa. Halusin kuitenkin toteuttaa tämän opinnäytetyön Mikkelin Raviradalle, koska tämän kaltaisia kyselyitä on tehty lähinnä St Michel -raveista. Yleisökato kuitenkin koskettaa enemmän tavallisia iltaraveja ja sunnuntairaveja kuin St Michel -raveja. Tiedostin projektin haasteet, mutta koen onnistuneeni tutkimuksessani melko hyvin. Onnistuin luomaan hyödynnettäviä tapahtumakonsepteja Mikkelin Raviradalle kyselytutkimuksen vastausten perusteella. Kyselylomake paljasti myös muita kehityksen kohteita Raviradalla, ja pystyin näiden perusteella tekemään jatkotutkimusehdotuksia. Kyselytutkimuksen vastaukset olivat lähtökohtaisesti sellaisia, kuin olin ennalta ajatellutkin.

Opinnäytetyön tekeminen oli hieman haastavaa, mutta kuitenkin antoisaa. Opin tutkimuksen tekemiseen liittyviä asioita, ja oli erityisen mielenkiintoista tutustua syvällisemmin tutkimukseen Suomen raviurheilun vallitsevasta nykytilanteesta. Tilanne saattaa olla huonompi, kuin mitä ravi-ihmiset ajattelevat. En kokenut teoriaosuutta hankalaksi, ja lähteitä löytyi helposti. Kuitenkin esimerkiksi tapahtuman järjestämisestä useat lähteet olivat jo hieman vanhempia, mutta arvioin ne luotettaviksi. Raviurheilusta ei löytynyt paljoa kirjallisia lähteitä, vaan käytin pääosin Suomen Hippos ry:n internetjulkaisuja. Löytyneet

kirjat raviurheilusta sisälsivät paljon vanhentutta tietoa mm. peliyhtiön ja -muotojen sekä ravikilpailujen sääntöjen osalta. Esimerkiksi ravikilpailujen sääntöjä päivitetään vuosittain, joten kirjallisen tiedon painaminen olisi melko haastavaa. Teoriasta kehkeytyi mielestäni kelvollinen kokonaisuus.

Pysyin hyvin asettamassani aikataulussa. Kyselylomakkeen julkaisemisen ajankohta oli melko täydellinen, koska pari viikkoa sen sulkeutumisesta ravikilpailut keskeytettiin 18.3.2020 alkaen koronaviruksen takia (Suomen Hippos ry 2020). Nyt Mikkelistä ainakin kahdet ravit menevät peruutukseen, ja näillä näkymin kilpailujen keskeytys jatkuu pidempään. St Michel -ravitkin ovat vaarassa peruuntua tältä vuodelta. Jos olisin päättänyt viedä kyselyni myöhemmin pidettäviin raveihin, en olisi voinut sitä tehdä keskeytyksen takia.

Opinnäytetyöni loppuvaiheen aikana räjähdysmäisesti leviämään alkanut koronavirus vaikuttaa ravien lisäksi koko hevosalaan, ja se vaikeuttaa hevostallien ja -yrittäjien toimintaan. Yhteiskunnan ollessa pysähdyksissä taloudelliset vaikeudet iskevät niin raviratoihin kuin hevosyrittäjiin. Vaikutukset näkyvät jo hevosenomistajien toimissa, ja he ovat ruvenneet siirtämään hevosia pois ammattivalmentajilta. Varmasti kevään astutusmäärät ovat huomattavasti pienemmät kuin aikaisempina vuosina, koska ravien jatkumisen tulevaisuus on nyt epävarma, ja ihmisillä saattaa olla myös vaikeuksia rahojen riittävyyden kanssa. Jos normaalitilanteessa on ollut hankala saada katsojia raveihin, niin on erittäin mielenkiintoista nähdä, miten ihmisten käyttäytyminen muuttuu koronaepidemian myötä. Kehittämiäni tapahtumakonsepteja ei päästä toteuttamaan ainakaan heti, ja tällä hetkellä voidaan sanoa kaiken olevan hyvin epävarmaa. Kaikeksi onneksi sain kuitenkin vietyä opinnäytetyöni hyvin loppuun vallitsevasta tilanteesta huolimatta, ja kehitysehdotuksia Ravirata voi halutesaan käyttää hyväkseen myöhemminkin tilanteen normalisoituessa.

LÄHTEET

Ahvenainen, P. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus. Helsingin seudun kaupakamari. 3. painos. E-kirja. Viro: Meedia Zone OÜ. Saatavissa: <https://kaupakamaritieto-fi> [viitattu 28.3.2020].

Heikkinen, A. 2020. Mikkelin Raviradan remontti sai kiitettävän arvion. Mikkelin Kaupunkilehti. WWW-dokumentti. Saatavissa: www.mikkelinkaupunki-lehti.fi/2020/01/mikkelin-raviradan-remontti-sai-kiitettavan-arvion/ [viitattu 30.1.2020].

Hevostalous lukuina. 2018. Hippolis, Suomen Hippos ry, Suomen ratsastajainliitto ry & Luke Hevostalous. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.hippos.fi/files/24634/Hevostalous_lukuina_2018.pdf [viitattu 30.1.2020].

Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Jyväskylän yliopisto. PDF-dokumentti. Päivitetty 18.2.2009. Saatavissa: www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf [viitattu 25.3.2020].

Hughes, T. 2014. Tervetuloa asiakkaan aikakaudelle. WWW-dokumentti. Päivitetty 27.5.2014. Saatavissa: <https://www.slideshare.net/Sovelto/tervetuloa-asiakkaan-aikakaudellethomashughes20140523> [viitattu 12.2.2020].

Iiskola-Kesonen, H. 2006. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry:n julkaisusarja 10/04. 2. painos. Kuopio: Suomen Graafiset Palvelut Ltd.

Ikonen, S. 2017. Haaste on heitetty. *Hevosurheilu*. WWW-dokumentti. Päivitetty 25.1.2017. Saatavissa: <https://hevosurheilu.fi/paakirjoitus/haaste-on-heitetty/> [viitattu 12.2.2020].

Ikonen, S. 2020. Ravikilpailujen määrä supistuu merkittävästi. *Hevosurheilu* 19.2.2020. 2.

Kalliomäki, A. 2011. Miten luodaan elämyksiä? WWW-dokumentti. Päivitetty 9.12.2011. Saatavissa: <https://www.tarinakone.fi/blogi/4-miten-luodaan-elamyksia/> [viitattu 11.2.2020].

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1. painos. Vantaa: Dark Oy.

Kilpailuhaku. s.a. Suomen Hippos ry. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://heppa.hippos.fi/heppa/app?page=racing%2FRaceCalendar-Search&service=external> [viitattu 5.3.2020].

Korkiakoski, K. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstöjohtaminen. E-kirja. Helsinki: Alma Talent. Saatavissa: <https://bisneskirjasto.almatalent.fi/bisneskirjasto#Bisneskirjasto> [viitattu 12.2.2020].

Liveto. s.a. Rakenna tapahtumallesi ylivoimainen asiakaskokemus. PDF-tiedosto. Saatavissa: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/4397742/Rakenna%20tapahtumallesi%20ylivoimainen%20asiakaskokemus%20opas%202.pdf> [viitattu 12.2.2020].

Lockwood, T. 2010. DesignThinking – Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value. New York: Allworth Press.

Löytänä, J. & Kortesoja, K. 2011. Asiakaskokemus – palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. 2. painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Mattinen, H. 2006. Asiakkuusosaaminen – kuuntele asiakastasi. 1. painos. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Mikkelin Ravirata Oy. s.a. Mikkelin Ravirata. WWW-dokumentti. Saatavissa: www.mikkelinravirata.fi/ravirata.html [viitattu 30.1.2020].

Palvelut. s.a. Mikkelin Ravirata. WWW-dokumentti. Saatavissa: www.mikkelinravirata.fi/palvelut.html [viitattu 10.2.2020].

Pesu, V. 2008. Raviurheilun maailma. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Ravien luokitus. s.a. Suomen Hippos ry. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://www.hippos.fi/raviurheilu/raviurheilu_lajina/ravien_luokitus [viitattu 10.2.2020].

Ravietiketti. s.a. Suomen Hippos ry. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://www.hippos.fi/raviurheilu/raviurheilu_lajina/ensimmaista_kertaa_raveissa_kampanja/ravietiketti [viitattu 10.2.2020].

Raviurheilu Suomessa. s.a. Suomen Hippos ry. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://www.hippos.fi/raviurheilu/raviurheilu_lajina/raviurheilu_suomessa [viitattu 30.1.2020].

Saastamoinen, M. 2019. Suomen ravialan nykytila. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 24/2019. Luonnonvarakeskus. Helsinki. WWW-dokumentti. Saatavissa: http://jukuri.luke.fi/bitstream/handle/10024/543904/luke-luobio_24_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 30.1.2020].

Suomen Hippos ry. 2016. Suomen Hippos ja ravivuoden 2016 tunnusluvut. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://www.hippos.fi/files/17972/Tunnusluvut_2016_1lmw.pdf [viitattu 30.1.2020].

Suomen Hippos ry. 2019a. Kilpailukalenteri 2020. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://www.hippos.fi/files/26404/Kilpailukalenteri_2020_lopullinen_28.10..pdf [viitattu 30.1.2020].

Suomen Hippos ry. 2019b. Tapahtumat ja urheilu. PDF-dokumentti. Päivitetty 20.6.2019. Saatavissa: http://www.hippos.fi/files/24993/Tapahtumat_ja_urheilu.pdf [viitattu 12.2.2020].

Suomen Hippos ry. 2020. Ajankohtaista – Ravit. WWW-dokumentti. Päivitetty 16.3.2020. Saatavissa: https://www.hippos.fi/raviurheilu/raviurheilu_lajina/ajankohtaista_ravit/ravikilpailut_keskeytetään_keskiviikosta_18.3._alkaen_-_hippoksen_hallitus_linjaa_tarkemmista_jatkotoimista_tiistaina.21822.news?869_o=10 [viitattu 29.3.2020].

Suomisanakirja. 2020. Raviurheilu. Saatavissa: <https://www.suomisanakirja.fi/raviurheilu> [viitattu 10.2.2020].

TAK Research. 2019. St Michel – Ravien kävijäkyselyn tulokset 2019. Tutkimus. Saatavissa monisteena.

Tarssanen, S. (toim.) 2009. Elämystuottajan käsikirja. 6. painos. PDF-dokumentti. Rovaniemi: Oy Severeprint Ltd. Saatavissa: www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/elmystuottaja%20ksikirja.pdf [viitattu 11.2.2020].

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. E-kirja. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com> [viitattu 11.2.2020].

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 4. uudistettu painos. Helsinki: Tietosanomama Oy.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. 1. painos. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab.

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. E-kirja. 4. uudistettu painos. Jyväskylä: Ps-kustannus. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com> [viitattu 4.3.2020].

Webropol. s.a. Webropol-palvelu. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://webropol.fi/> [viitattu 4.3.2020].

Arvoisa vastaaja

Tämän kyselyn tarkoituksena on selvittää eri tekijöitä, joiden takia ihmiset käyvät ravitapahtumissa. Vastaamalla kyselyyn autatte kartoittamaan näitä tekijöitä, sekä kehittämään Mikkelin Raviradan palveluita ravitapahtumien aikana.



Kyselyn vastaukset käsitellään täysin luottamuksellisesti ja salassa, mutta jos haluatte osallistua arvontaan, jättäkää sähköpostiosoitteenne pyydettyyn kenttään. Mahdollisuutena on voittaa kaksi lippua St Michel –raveihin sunnuntaille. Tutkimuksessa noudatetaan Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeistusta.

Vastatkaa alla oleviin kysymyksiin rastittamalla mielipidettänne parhaiten kuvaava vaihtoehto. Mikäli mikään vaihtoehtoista ei sovi teihin, jättäkää vastaamatta kysymykseen. Kyselyyn vastaaminen kestää n. 5 minuuttia.

Kyselyn toteuttaa Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun restonomiyksikkö yhteistyössä Mikkelin Ravirata Oy:n kanssa. Kyselystä lisätietoja antaa:

Susanna Suomi, XAMK
0401884085
osusu005@edu.xamk.fi

1. Mikä on sukupuolenne?

- mies
 nainen

2. Ikänne?

- alle 18
 19-25
 26-34
 35-44
 45-54
 yli 55

3. Asuinpaikkanne?

- Mikkelä
 Hirvensalmi
 Juva
 Kangasniemi
 Mäntyharju
 Pieksämäki
 Puumala
 muu Etelä-Savo
 muu Suomi

4. Oletteko hevosalan ammattilainen?

- ravialan ammattilainen
 ratsualan ammattilainen
 muu hevosalan ammattilainen
 en ole

5. Omistatteko hevosia?

- kyllä, ravihevosiä
 kyllä, muita hevosia
 en

6. Kuinka usein olette käyneet Mikkelin raveissa?

- en koskaan
 kerran
 2-5 kertaa
 6-10 kertaa
 yli 10 kertaa
 käyn säännöllisesti

7. Jos olette käyneet Mikkelin raveissa, missä raveissa olette käyneet?

- arki-illan raveissa
 lauantain Toto75-raveissa
 sunnuntai-raveissa
 St Michel -raveissa

8. Kenen kanssa osallistuitte raveihin?

- yksin
 perheenjäsenen kanssa
 ystävän kanssa
 muun sukulaisen kanssa
 jonkun muun, kenen

_____?

9. Onko tuttavapiirissänne raviharrastajia?

- kyllä, useita
 kyllä, muutamia tai yksi
 Ei

10. Onko teillä Veikkauksen pelitiliä?

- Kyllä
 Ei

11. Pelaatteko toto-pelejä?

- kyllä, pelaan säännöllisesti
 kyllä, pelaan satunnaisesti
 kyllä, olen joskus pelannut
 en ole koskaan pelannut

12. Arvioi nämä mielikuvat raveista ympyröimällä asteikolla 1 (täysin eri mieltä) – 5 (täysin samaa mieltä).

Raviurheilu on mielestäni mielenkiintoinen laji.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Ravihevokset ovat huippu-urheilijoita, ja niistä pidetään hyvää huolta.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Raviurheilu on mielestäni vaikeasti lähestyttävä urheilulaji.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Raveissa käyminen on kallista.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Lippujen hinnat ovat halvat.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Ravit ovat lapsiperheystävälliset.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Mikkelin Raviradalle on helppo tulla.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Raveissa on hyvä tunnelma.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Mikkelin Raviradalla on riittävästi ruokapalveluita.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Mikkelin Raviradalla on riittävästi muita palveluita.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Raveja on helppo seurata.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Raveissa käy vain keski-ikäisiä ja sitä vanhempia ihmisiä.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Raveissa on riittävästi oheistoimintaa.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Raveissa on tylsää.	1 – 2 – 3 – 4 – 5

13. Mitä odottaisit hyvältä ravitapahtumalta? Valitkaa 1-3 sopivinta vaihtoehtoa.

- huippuhevokset
 toto-pelit
 jännitys
 irtiotto arjesta
 sosiaalisuus
 rentoutuminen
 aika perheen tai ystävien kanssa
 ohjelma ravien lomassa
 ohjelmaa lapsille
 lastenhoitomahdollisuus
 hyvä tunnelma
 helppo saatavuus
 yhteenkuuluvuuden tunne
 muu asia, mikä _____?

14. Mitkä asiat estäisivät teitä osallistumasta raveihin? Valitkaa 2-4 sopivinta vaihtoehtoa.

- säätila
- välimatka
- oheisohjelman puuttuminen
- ei toimintaa lapsille
- ravit ovat vaikeita seurata
- en ymmärrä hevosista mitään
- sisäänpääsymaksu on liian kallis
- raviradan palvelut ovat liian kalliita
- tapahtuma ei ole viihtyisä
- en koe raveja elämyksellisiksi
- ravirata ei ole esteetön
- ruokailumahdollisuudet eivät ole hyvät
- ruoka ei miellytä
- en koe saavani tarvittavaa opastusta esim. toto-peleissä
- katsomot eivät ole viihtyisät
- kotona on mukavampi seurata raveja, koska voi samalla tehdä muita asioita
- muu syy, mikä _____?

15. Arvioikaa, miten tärkeinä pitäisitte seuraavia palveluita, jos osallistuisitte ravitapahtumaan asteikolla 1 (ei niin tärkeä) – 5 (hyvin tärkeä).

ruokapalvelut	1 – 2 – 3 – 4 – 5
juomapalvelut	1 – 2 – 3 – 4 – 5
infopisteet	1 – 2 – 3 – 4 – 5
opasteet tapahtumapaikalla	1 – 2 – 3 – 4 – 5
oheisohjelma	1 – 2 – 3 – 4 – 5
totopelinyynti	1 – 2 – 3 – 4 – 5
musiikki ja äänentoisto	1 – 2 – 3 – 4 – 5
videonäytöt	1 – 2 – 3 – 4 – 5
kuljetus keskustasta ravialueelle ja sieltä pois	1 – 2 – 3 – 4 – 5
käsiohjelman tarjoama informaatio	1 – 2 – 3 – 4 – 5
pysäköinnin helppous	1 – 2 – 3 – 4 – 5
henkilökunnan palvelualttius	1 – 2 – 3 – 4 – 5
valmispelien saatavuus	1 – 2 – 3 – 4 – 5
mahdollisuus tutustua tallialueeseen	1 – 2 – 3 – 4 – 5
mahdollisuus osallistua hevostoimintaan, esim. tandemkärryajelulla	1 – 2 – 3 – 4 – 5

16. Mitkä seuraavista palveluista tiedätte löytyvän Mikkelin raviradalta?

- ravintolakatsomo
- istumakatsomo
- kahvila
- tallikahvio
- ulkogrilli
- pub
- totomyyntipisteet
- lasten leikkipaikka
- kokouskabinetti

17. Kuinka tyytyväinen olette Mikkelin Raviradan palveluihin? Arvioikaa asteikolla 1 (todella tyytymättön) – 5 (todella tyytyväinen). Jättäkää vastaamatta, jos ette osaa sanoa.

ravintolakatsomo	1 – 2 – 3 – 4 – 5
istumakatsomo	1 – 2 – 3 – 4 – 5
kahvila	1 – 2 – 3 – 4 – 5
tallikahvio	1 – 2 – 3 – 4 – 5
ulkogrilli	1 – 2 – 3 – 4 – 5
pub	1 – 2 – 3 – 4 – 5
totomyyntipisteet	1 – 2 – 3 – 4 – 5
lasten leikkipaikka	1 – 2 – 3 – 4 – 5
kokouskabinetti	1 – 2 – 3 – 4 – 5

18. Arvioikaa seuraavia asioita niiden Mikkelin ravien perusteella, joihin olette osallistuneet kouluarvosana-asteikolla 4-10.

urheilullinen taso	4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10
järjestelyjen taso	4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10
liikennejärjestelyt	4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10
sopiva hintataso	4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10
ohjeisohjelma	4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10
henkilökunnan ja palvelun taso	4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10

19. Minkälaisia teemoja haluaisitte näkyvän ravitapahtumissa? Valitkaa ainakin 1 sopiva vaihtoehto.

- lasten päivä
- opiskelijaravit
- senioriravit
- kestävä kehitys, ekologisuus
- ensikertalaiset raveissa
- hevosiin tutustuminen lähemmin
- sesongin mukaiset teemat esim. ystävänpäivä
- joku muu, mikä _____?

20. Vapaa sana siitä, miten Mikkelin ravitapahtumia voisi kehittää. Millaista ohjelmaa tai palveluita esimerkiksi erityisesti kaipaisitte raveissa?

Kiitos vastauksistanne!

Kyllä, haluan osallistua arvontaan.

Sähköpostiosoite: _____

Frekvenssitaulukot

Taulukko 4. Vastaajien sukupuolijakauma (n=293)

	n	Prosentti
mies	87	29,69%
nainen	206	70,31%

Taulukko 5. Vastaajien ikäjakauma (n=293)

	n	Prosentti
alle 18	5	1,71%
19-25	43	14,68%
26-34	57	19,45%
35-44	67	22,87%
45-54	66	22,52%
yli 55	55	18,77%

Taulukko 6. Vastaajien asuinpaikkakunnat (n=293)

	n	Prosentti
Mikkeli	175	59,73%
Hirvensalmi	7	2,39%
Juva	15	5,12%
Kangasniemi	6	2,05%
Mäntyharju	10	3,41%
Pieksämäki	2	0,68%
Puumala	2	0,68%
Muu Etelä-Savo	16	5,46%
Muu Suomi	60	20,48%

Taulukko 7. Vastaajien ammattilaistausta (n=293)

	n	Prosentti
ravialan ammattilainen	41	13,99%
ratsualan ammattilainen	11	3,75%
muun hevosalan ammattilainen	13	4,44%
en ole	228	77,82%

Taulukko 8. Omistavatko vastaajat hevosia (n=293)

	n	Prosentti
kyllä, ravihevosia	107	36,52%
kyllä, muita hevosia	29	9,9%
en	157	53,58%

Taulukko 9. Kuinka usein vastaajat käyvät Mikkelin raveissa (n=293)

	n	Prosentti
en koskaan	23	7,85%
kerran	13	4,44%
2-5 kertaa	58	19,79%
6-10 kertaa	20	6,83%
yli 10 kertaa	84	28,67%
käyn säännöllisesti Mikkelin raveissa	95	32,42%

Taulukko 10. Missä raveissa vastaajat ovat käyneet (n>293)

	n	Prosentti
arki-illan raveissa	175	65,06%
lauantain Toto75-raveissa	189	70,26%
sunnuntai-raveissa	158	58,74%
St Michel -raveissa	250	92,94%

Taulukko 11. Kenen kanssa vastaajat käyvät raveissa (n=293)

	n	Prosentti
yksin	20	7,41%
perheenjäsenen kanssa	131	48,52%
ystävän kanssa	93	34,44%
muun sukulaisen kanssa	7	2,59%
jonkun muun, kenen?	19	7,04%

Taulukko 12. Onko vastaajilla tuttavapiirissä raviurheilua harrastavia henkilöitä (n=293)

	n	Prosentti
kyllä, useita	178	60,75%
kyllä, muutamia tai yksi	89	30,38%
ei ole	26	8,87%

Taulukko 13. Omistavatko vastaajat Veikkauksen pelitiliä (n=293)

	n	Prosentti
kyllä	231	78,84%
ei	62	21,16%

Taulukko 14. Kuinka usein vastaajat pelaavat Toto-pelejä (n=293)

	n	Prosentti
kyllä, pelaan säännöllisesti	53	18,09%
kyllä, pelaan satunnaisesti	109	37,2%
kyllä, olen joskus pelannut	76	25,94%
en ole koskaan pelannut	55	18,77%

Taulukko 15. Mielikuvia raveista (n=293), kun 1 = täysin eri mieltä ja 5 = täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	5	Kes- kiarvo	Me- di- aani
Raviurheilu on mielestäni mielenkiintoinen laji	5,8%	4,78%	13,99%	19,11%	56,32%	4,15	5
Ravihevokset ovat huippu-urheilijoita, joista pidetään hyvää huolta	0,68%	3,75%	9,9%	24,92%	60,75%	4,41	5
Raviurheilu on mielestäni vaikeasti lähestyttävä urheilulaji	12,63%	29,35%	29,01%	22,18%	6,83%	2,81	3
Raveissa käyminen on kallista	17,41%	31,4%	32,42%	15,02%	3,75%	2,56	3
Lippujen hinnat ovat halvat	7,17%	17,41%	40,61%	21,84%	12,97%	3,16	3
Ravit ovat lapsiperheystävälliset	2,73%	16,04%	34,81%	29,01%	17,41%	3,42	3
Mikkelin Raviradalle on helppo tulla	1,03%	2,73%	11,26%	31,74%	53,24%	4,33	5
Raveissa on hyvä tunnelma	1,71%	4,44%	18,43%	40,27%	35,15%	4,03	4
Mikkelin Raviradalla on riittävästi ruokapalveluita	6,14%	13,99%	31,4%	28,33%	20,14%	3,42	3
Mikkelin Raviradalla on riittävästi muita palveluita	6,14%	15,02%	38,57%	26,96%	13,31%	3,26	3
Raveja on helppo seurata	1,37%	7,17%	19,11%	40,27%	32,08%	3,95	4
Raveissa käy vain keski-ikäisiä ja sitä vanhempia ihmisiä	14,33%	24,57%	25,94%	24,92%	10,24%	2,92	3
Raveissa on riittävästi oheistoimintaa	8,19%	21,84%	40,27%	20,82%	8,88%	3	3
Raveissa on tylsää	44,71%	25,26%	19,45%	8,53%	2,05%	1,98	2

Taulukko 16. Vastaajien odotukset hyvältä ravitapahtumalta (n>293)

	n	Prosentti
huippuhevoset	187	63,82%
Toto-pelit	78	26,62%
jännitys	88	30,03%
irtiotto arjesta	60	20,48%
sosiaalisuus	81	27,65%
rentoutuminen	44	15,02%
aika perheen tai ystävien kanssa	80	27,3%
ohjelmaa ravien lomassa	40	13,65%
ohjelmaa lapsille	26	8,87%
lastenhoitomahdollisuus	7	2,39%
hyvä tunnelma	134	45,73%
helppo saatavuus	11	3,75%
yhteenkuuluvuuden tunne	19	6,48%
jokin muu, mikä?	8	2,73%

Taulukko 17. Vastaajien esteet osallistua raveihin (n>293)

	n	Pro- sentti
säätila	186	63,48%
välimatka	107	36,52%
oheisohjelman puuttuminen	20	6,83%
ei toimintaa lapsille	29	9,9%
ravit ovat vaikeita seurata	13	4,44%
en ymmärrä hevosista mitään	27	9,22%
sisäänpääsymaksu on liian kallis	63	21,5%
raviradan palvelut ovat liian kalliita	57	19,45%
tapahtuma ei ole viihtyisä	24	8,19%
en koe raveja elämyksellisiksi	27	9,22%
ravirata ei ole esteetön	5	1,71%
ruokailumahdollisuudet eivät ole hyvät	40	13,65%
ruoka ei miellytä	28	9,56%
en koe saavani tarvittavaa opastusta esim. Toto-peleissä	14	4,78%
katsomot eivät ole viihtyisät	32	10,92%
kotona on mukavampi seurata raveja, koska voi samalla tehdä muita asioita	82	27,99%
joku muu syy, mikä?	34	11,6%

Taulukko 18. Miten tärkeinä vastaajat pitävät seuraavia palveluita raveissa (n=293), kun 1 = ei niin tärkeä ja 5 = hyvin tärkeä

	1	2	3	4	5	Kes- kiarvo	Medi- aani
ruokapalvelut	1,02%	3,75%	15,02%	43,69%	36,52%	4,11	4
juomapalvelut	7,51%	13,99%	23,55%	32,08%	22,87%	3,49	4
infopisteet	5,46%	14%	34,47%	32,08%	13,99%	3,35	3
opasteet tapahtumapaikalla	4,1%	6,14%	20,14%	34,81%	34,81%	3,9	4
ohjelmajärjestelmä	8,19%	17,75%	32,42%	30,04%	11,6%	3,19	3
totopelimyynti	3,07%	10,92%	23,21%	32,77%	30,03%	3,76	4
musiikki ja äänentoisto	1,02%	1,71%	11,26%	40,62%	45,39%	4,28	4
videonäytöt	0,34%	1,71%	16,38%	36,86%	44,71%	4,24	4
kuljetus keskustasta ravi- alueelle ja sieltä pois	15,02%	15,36%	22,52%	21,16%	25,94%	3,28	3
käsiohjelman tarjoama in- formaatio	1,71%	1,02%	12,63%	39,59%	45,05%	4,25	4
pysäköinnin helppous	2,05%	0,34%	8,87%	27,99%	60,75%	4,45	5
henkilökunnan palvelu- alttius	0,34%	0,68%	5,8%	26,62%	66,56%	4,58	5
valmispelien saatavuus	17,41%	16,72%	31,4%	21,84%	12,63%	2,96	3
mahdollisuus tutustua tal- lialueeseen	7,51%	13,65%	23,89%	25,6%	29,35%	3,56	4
mahdollisuus osallistua hevostoimintaan, esim. tandemkärryajelulla	15,7%	17,75%	27,64%	18,77%	20,14%	3,1	3

Taulukko 19. Mitä palveluita vastaajat tietävät löytyvän Mikkelin Raviradalta (n>293)

	n	Prosentti
ravintolakatsomo	273	93,17%
istumakatsomo	262	89,42%
kahvila	255	87,03%
tallikahvio	194	66,21%
ulkogrilli	165	56,31%
pub	142	48,46%
totomyyntipisteet	255	87,03%
lasten leikkipaikka	121	41,3%
kokouskabinetti	68	23,21%
en mitään näistä	4	1,37%

Taulukko 20. Vastaajien arviot Mikkelin Raviradan palvelujen tasosta (n=293), kun 1 = todella tyytymätön ja 5 = todella tyytyväinen.

	1	2	3	4	5	en osaa sanoa	Keskiarvo	Medi-aani
ravintolakatsomo	1,48%	5,19%	29,26%	34,07%	15,93%	14,07%	4	4
istumakatsomo	2,59%	10,74%	34,81%	26,3%	8,89%	16,67%	3,78	4
kahvila	3,33%	11,85%	36,3%	33,33%	9,63%	5,56%	3,51	3
tallikahvio	4,08%	11,11%	27,41%	23,33%	13,33%	20,74%	3,93	4
ulkogrilli	1,85%	10,37%	30,74%	20%	12,22%	24,82%	4,05	4
pub	3,33%	7,78%	31,11%	17,04%	4,81%	35,93%	4,2	4
totomyyntipisteet	0,37%	2,22%	19,26%	42,22%	23,34%	12,59%	4,24	4
lasten leikkipaikka	6,3%	5,92%	26,3%	7,41%	4,81%	49,26%	4,46	5
kokouskabinetti	4,44%	4,44%	25,93%	6,3%	3,7%	55,19%	4,66	6

Taulukko 21. Vastaajien arviot Mikkelin Raviradan palvelujen yleistasosta (n=293)

	4	5	6	7	8	9	10	Kes- kiarvo	Me- di- aani
urheilullinen taso	1,11%	1,11%	4,08%	13,7%	38,52%	30,74%	10,74%	8,23	8
järjestelyjen taso	0,74%	2,59%	7,41%	14,81%	44,81%	24,82%	4,82%	7,94	8
liikenne järjestelyt	1,11%	2,59%	5,19%	12,59%	30%	35,19%	13,33%	8,27	8
sopiva hinta-taso	2,96%	8,15%	10,37%	26,67%	31,11%	13,33%	7,41%	7,44	8
ohjeisohjelma	6,3%	8,15%	15,55%	32,96%	25,93%	8,15%	2,96%	7	7
henkilökunnan ja palvelun taso	0,74%	2,59%	7,41%	19,26%	35,18%	27,04%	7,78%	7,98	8

Taulukko 22. Vastaajien toivomat teemat raveissa (n>293)

	n	Prosentti
lasten päivä	74	25,26%
opiskelijaravit	71	24,23%
senioriravit	39	13,31%
kestävä kehitys, ekologisuus	56	19,11%
ensikertalaiset raveissa	165	56,31%
hevosiin tutustuminen lähemmin	151	51,54%
sesongin mukaiset teemat, esim. ystävänpäivä	127	43,34%
jokin muu, mikä?	18	6,14%