

Terhi Saarimaa

**TAPAHTUMAJÄRJESTÄJIEN JA MANAGERITOIMISTOJEN
TYTYTYVÄISYYS YLIVIESKAN KULTTUURIKESKUS
AKUSTIIKKA KOHTAAN**

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Toukokuu 2020**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Toukokuu 2020	Tekijä/tekijät Terhi Saarimaa
Koulutusohjelma Liiketalous		
Työn nimi Tapahtumajärjestäjien ja manageritoimistojen tyytyväisyys Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikkaa kohtaan		
Työn ohjaaja Pekka Paajanen	Sivumäärä 41 + 1	
Työelämäohjaaja Katriina Leppänen		
<p>Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää tapahtumajärjestäjien ja manageritoimistojen asiakastyytyväisyyttä Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikkaa kohtaan. Tavoitteena oli saada tietoja tapahtumajärjestäjien ja manageritoimistojen Akustiikan palvelun ja toimintojen kehittämistä varten.</p> <p>Tutkimuksen pääongelma oli seuraava: kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palvelua ja puitteita kohtaan? Pääongelma jaettiin neljään alaongelmaan: tyytyväisyys palveluun ennen tapahtumaa, tapahtumapäivänä ja tapahtuman jälkeen sekä tyytyväisyys puitteisiin. Puitteiden osalta tarkasteltiin tyytyväisyyttä Akustiikan tiloihin sekä valo- ja äänitekniikkaan.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettisessa tietoperustassa käsiteltiin kuntien kulttuuritoimintaa, tapahtumien järjestämistä ja asiakastyytyväisyyttä. Työssä tarkasteltiin Ylivieskan kaupungin kulttuuripalveluiden toiminta-alueita, Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palveluja, tiloja, toimintaa ja tapahtuman järjestämistä käytännön näkökulmasta. Empiirinen tutkimus toteutettiin asiakastyytyväisyyskyselynä. Kyselyyn vastasi 19 tapahtumajärjestäjää ja manageritoimistoa, joka oli 30 prosenttia kohderyhmästä.</p> <p>Tutkimustulosten mukaan tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot olivat yleisesti ottaen tyytyväisiä Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palveluun ennen tapahtumaa, tapahtumapäivänä ja tapahtuman jälkeen. Tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot toivoivat parempaa teknisen henkilökunnan tavoitettavuutta ennen tapahtumaa ja tapahtumapäivänä. Esiintyjäsopimuksen tekoon toivottiin sähköistä lomaketta ja pääsalin valaistumahdollisuuksista toivottiin havainnollistavia videoita, kehitysehdotuksia annettiin tapahtumien yhteismarkkinoinnin ja pääsalin hinnaston kehittämiseksi edelleen. Akustiikan puitteet koettiin toimiviksi. Tilat koettiin siisteiksi ja melko toimiviksi, sekä valo- ja äänitekniikkaan oltiin pääsääntöisesti tyytyväisiä.</p>		
Asiasanat Asiakastyytyväisyys, kyselytutkimus, kulttuurikeskus, kulttuuripalvelut		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date May 2020	Author Terhi Saarimaa
Degree programme Business Administration		
Name of thesis Customer satisfaction of event organizers and manager offices with the services and operations of Ylivieska Cultural Center Akustiikka		
Instructor Pekka Paajanen		Pages 41 + 1
Supervisor Katriina Leppänen		
<p>This thesis was commissioned by the Ylivieska Cultural Center Akustiikka. The purpose of this thesis was to survey the customer satisfaction of event organizers and manager offices to Ylivieska Cultural Center Akustiikka. The aim was to collect information from the event organizers and manager offices to improve the services and operations of Akustiikka.</p> <p>The main research problem was how satisfied event organizers and manager offices are with the services and operations of Akustiikka. The main problem was split in to four sections: Satisfaction before event, on the event day, after the event and the satisfaction with the operations. Operations refer to the Akustiikka premises and also lighting and soundtechnology.</p> <p>The main themes in the theoretical framework of this thesis were cultural activities of municipalities, event organizaising and customer satisfaction. This thesis also examines the actions of cultural services of Ylivieska. Empiric research was executed in customer satisfaction inquiry. Altogether 19 manager offices and event organizers replied to inquiry which was 30% of the target group.</p> <p>The results of survey show that the event organizers and manager offices are generally satisfied with the services of Akustiikka before the event, on the event day and after the event. The event organizers and manager offices hoped that it would be easier to reach the technical staff before the event and on the event day. Performers contract would be nicer to do in electrical form and demonstrating video of main halls lightning possibilities, suggestions was given to improve further corporate marketing and main halls price list. Akustiikas operation were experienced workable. The premises considered clean and rather well-functioning and also lighting and soundtechnology were mainly considered to be good.</p>		
Key words Cultural center, cultural services, customer satisfaction, inquiry		

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 KUNTIEN KULTTUURITOIMINTA	5
2.1 Kulttuuritoiminnan merkitys.....	5
2.2 Laki kuntien kulttuuritoiminnasta.....	6
2.3 Ylivieskan kaupungin kulttuuripalvelut.....	7
3 YLIVIESKAN KULTTUURIKESKUS AKUSTIIKKA	8
3.1 Palvelut.....	9
3.2 Tilat	10
3.3 Asiakasryhmät ja kävijämäärät	13
3.4 Tapahtumien järjestäminen Akustiikassa	14
4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA SEN MUODOSTUMINEN	16
4.1 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen	16
4.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen	18
5 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN	20
5.1 Eri tyyppisiä tapahtumia.....	20
5.2 Tapahtumajärjestäjän vastuualueita	21
5.3 Onnistunut tapahtuma	22
6 EMPIIRISEN TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	25
6.1 Kvantitatiivinen tutkimus	25
6.2 Tutkimuksen toteutus	26
6.2.1 Kyselyn kohderyhmä	26
6.2.2 Kyselylomakkeen laatiminen	27
6.2.3 Tutkimusaineiston keruu, käsittely ja analysointi.....	28
6.3 Tutkimuksen luotettavuus.....	29
7 TUTKIMUSTULOKSET	31
7.1 Tyytyväisyys palveluun ennen tapahtumaa.....	31
7.2 Tyytyväisyys palveluun tapahtumapäivänä	32
7.3 Tyytyväisyys Akustiikan puitteisiin tapahtumapäivänä	34
7.4 Tyytyväisyys palveluun tapahtuman jälkeen	35
7.5 Avoin kysymys vapaan sanan muodossa	36
8 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	37
8.1 Pohdinta ja vastaukset tutkimusongelmiin.....	37
8.2 Tutkimuksen arviointi ja oman työskentelyn pohdinta	40
LÄHTEET	42
KUVIOT	
KUVIO 1. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys.....	3

KUVIO 2. Asiakastyytyväisyyden muodostuminen.....	17
KUVIO 3. Onnistuneen tapahtuman malli.....	23
KUVIO 4. Kyselylomakkeen kysymysten yhteys tutkimusongelmiin.....	28
KUVIO 5. Tyytyväisyys Akustiikan palveluun ennen tapahtumaa.....	31
KUVIO 6. Tyytyväisyys Akustiikan palveluun tapahtumapäivänä.....	33
KUVIO 7. Tyytyväisyys Akustiikan puitteisiin tapahtumapäivänä	34
KUVIO 8. Tyytyväisyys Akustiikan palveluun tapahtuman jälkeen.....	35

KUVAT

KUVA 1. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka.....	9
KUVA 2. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan näyttelysali	11
KUVA 3. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan pääsali	12
KUVA 4. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan lämpiö	13
KUVA 5. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan lämpiön pukuhuone.....	13

LIITTEET

LIITE 1. Asiakastyytyväisyyskyselylomake

1 JOHDANTO

Kulttuurilla ja taiteella on tutkitusti merkittäviä vaikutuksia ihmisten hyvinvointiin ja näitä voidaan pitää kansallisena voimavarana. Asiaa on tutkittu viimeisten vuosikymmenten aikana paljon ympäri maailmaa ja aiheesta on keskusteltu julkisuudessa yhä enenevässä määrin. Kulttuuri kuuluu jokaisen ihmisen arkeen ja sen kokeminen, tekeminen ja näkeminen tekevät lähtökohtaisesti hyvää ihmisille. Kaikilla on kulttuuriset oikeudet, eli oikeus osallistua tarjolla oleviin kulttuuripalveluihin asuinpaikasta ja elämäntilanteesta riippumatta. Kulttuuripalveluilla on kunnissa kasvava merkitys nyt ja tulevaisuudessa. Kulttuuripalveluiden tarjoamien elämysten ja kokemusten tavoitteena on parantaa ihmisten elämänlaatua luoden yhteisöllisyyttä ja yhteenkuuluvuutta, sekä edistää sosiaalista ilmapiiriä ja paikallista identiteettiä.

Laaja-alaisesti ajateltuna kulttuuri määrittelee kaiken inhimillisen toimintamme. Tällöin puhutaan yleensä arvoista, perinteistä ja elämäntavoista. Puhuttaessa kulttuurista suppeampana käsitteenä tarkoitetaan lähinnä taidetta, vapaa-ajan tapahtumia ja kulttuuritilaisuuksia. Tämä opinnäytetyö käsittelee jälkimmäisen määritelmän näkökulmasta kuntien kulttuuritoimintaa, tapahtumien järjestämistä, asiakas-tyytyväisyyttä ja tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää tapahtumajärjestäjien ja manageritoimistojen asiakas-tyytyväisyyttä Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikkaa kohtaan. Tutkimuksen kohteena ovat Akustiikassa vierailneiden tapahtumien järjestäjät ja manageritoimistot. Vastaavaa tutkimusta kyseiselle asiakasryhmälle Akustiikkaan ei ole aiemmin tehty, mutta sille koettiin olevan tarvetta toimeksiantajan näkökulmasta. Opinnäytetyön tavoitteena on saada tietoa manageritoimistojen ja tapahtumajärjestäjien tyytyväisyydestä Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan kehittämistä varten.

Tutkimuksen pääongelma asetettiin seuraavasti:

- Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palvelua ja puitteita kohtaan?

Pääongelma jaettiin seuraaviin alaongelmiin:

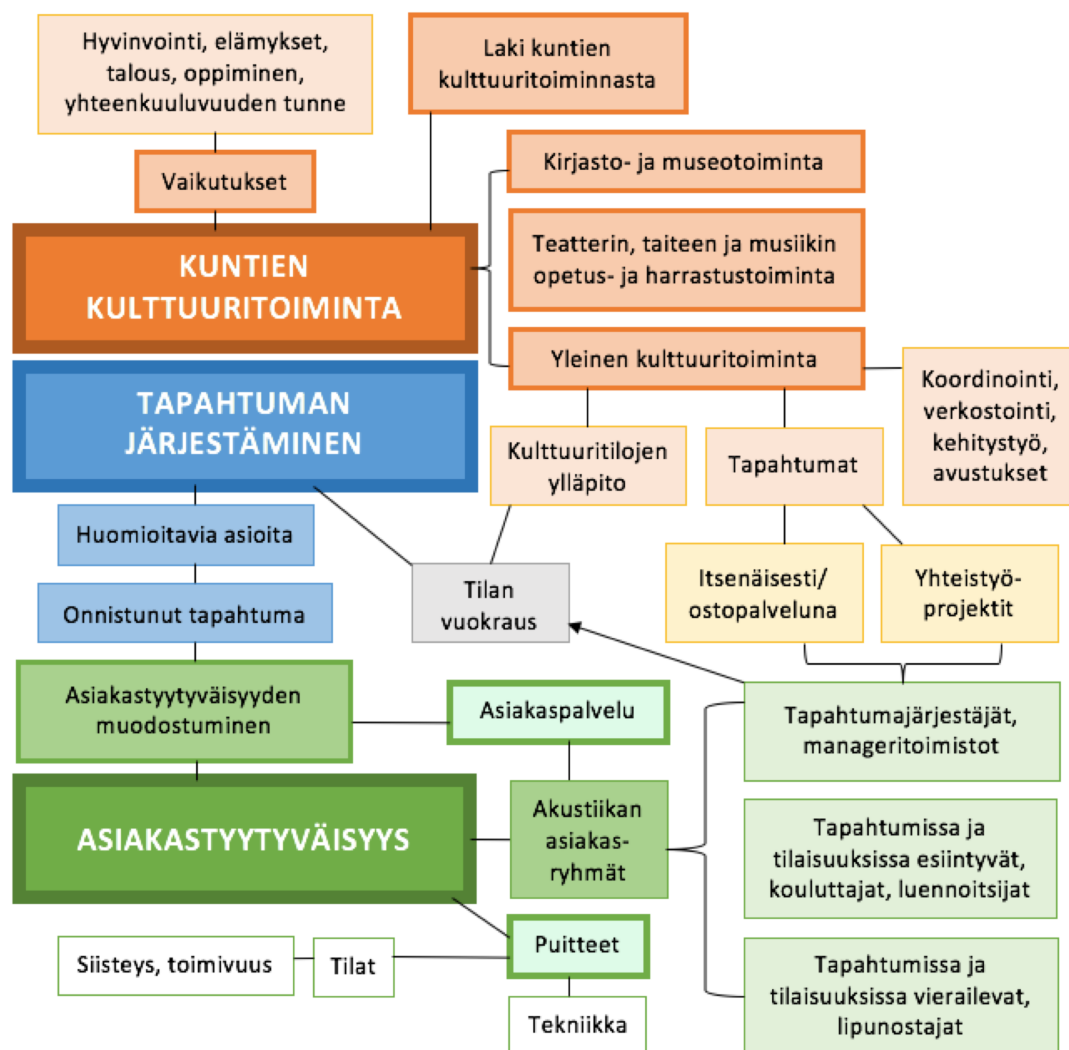
- Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Akustiikan palveluun
 - ennen tapahtumaa
 - tapahtumapäivänä
 - tapahtuman jälkeen?

- Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Akustiikan puitteisiin tapahtuman järjestämisen osalta?

Tiedonhankintamenetelmänä on asiakastyytyväisyyskysely. Tutkimusote on pääasiassa kvantitatiivinen. Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin Webropol-kysely- ja raportointityökalulla. Linkki kyselyyn lähetettiin kohdejoukolle sähköpostitse.

Nykypäivänä maassamme on kulttuuritapahtumia runsaasti ja kilpailu alalla on kovaa ja melko vapaata. Tapahtumia tuottavat monenlaiset järjestöt, kunnat, yritykset, yhdistykset ja säätiöt yksin sekä yhteistyössä. Kulttuuritapahtumien kirjo on laaja, kuten myös järjestävien tahojen yhteistyökuviot ja sopimukset. Hyvän tapahtumapaikan tai konserttisalin täytyy olla maantieteellisesti sopivalla paikalla esiintyjäryhmälle sekä palvelun ja puitteiden täytyy toimia mutkattomasti. Opinnäytetyössä perehdyin asiakaspalvelun laatuun, konserttisalin puitteiden ja toimivuuden mittaamiseen sekä raportointiin. Opinnäytetyön tietoperustaan hankin tietoa pääosin Internet-lähteistä ja hyödynsin aiheeseen liittyvää kirjallisuutta. Opinnäytetyön lopussa raportoin tutkimustulokset ja niiden perusteella voidaan kehittää Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan toimintaa tapahtumajärjestäjien ja manageritoimistojen näkökulmasta.

Kuvaan opinnäytetyön teoreettista viitekehystä kuvion 1 muodossa. Siitä käyvät ilmi työn keskeiset käsitteet ja niiden väliset yhteydet. Kulttuuritoiminta vaikuttaa laajalti ihmisten hyvinvointiin ja kulttuuritoiminnalla on myös taloudellisia vaikutuksia kulttuuriturismin kautta. Kunnan lakisääteinen tehtävä on järjestää kulttuuripalveluja ja sitä säätelee laki kuntien kulttuuritoiminnasta. Kuntien kulttuuritoimintaan kuuluvat taiteen, teatterin ja musiikin opetus- ja harrastustoiminta, museo- ja kirjastotoiminta sekä yleinen kulttuuritoiminta. Yleisen kulttuuritoiminnan tehtäviä ovat kulttuuriavustusten ja -tukien käsitteleminen sekä paikallisen ja alueellisen kulttuuritoiminnan kehitys- ja koordinointityö. Kunnat ylläpitävät kulttuuritiloja, järjestävät erilaisia tapahtumia ja tilaisuuksia itsenäisesti, ostopalveluna sekä yhteistyössä eri toimijoiden kanssa. Tapahtumajärjestäjät voivat myös vuokrata tiloja tapahtumien järjestämistä varten. Onnistuneen tapahtuman toteuttamiseksi on otettava huomioon monia asioita ja onnistunut tapahtuma vaikuttaa myös asiakastyytyväisyyden muodostumiseen. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan asiakasryhmät voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään.



KUVIO 1. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys

Työn keskeisiä Internet-lähteitä ovat Kuntaliiton, Ylivieskan kulttuuripalveluiden ja Kulttuurikeskus Akustiikan Internet-sivut, sekä kulttuurin ja luovien alojen toimijoille tarkoitettu Kulmat-sivusto. Keskeisiä lähdeteoksia ovat myös Löytänän ja Kortesuon e-kirja Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen sekä Vallon ja Häyrysen kirja Tapahtuma on tilaisuus; Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Vuosittaisiin tapahtuma- ja asiakasmääriin olen saanut tietoja henkilökohtaisina tiedonantoina kulttuurijohtaja Katriina Leppäseltä. Ylivieskan kaupungin kulttuuripalveluissa työskenneltyäni noin kahdeksan vuotta, olen saanut työkokemuksen mukana tuomaa tietoa, jota olen hyödyntänyt lähinnä Kulttuurikeskus Akustiikan palveluja ja tapahtumien järjestämistä käsittelevissä luvuissa.

Opinnäytetyö koostuu johdannon lisäksi seitsemästä pääluvusta. Luvussa 2 käsitellään kuntien kulttuuritoimintaa, kulttuuritoiminnan merkityksen, kulttuuritoimintalain ja Ylivieskan kaupungin kulttuuripalveluiden näkökulmasta. Kolmannessa luvussa kerrotaan työn toimeksiantajan, Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan toiminnasta, palveluista, tiloista, asiakasryhmistä ja vuosittaisista kävijämääristä sekä kerrotaan opinnäytetyön aiheeseen viitaten tapahtuman järjestämisestä Akustiikassa. Luvussa 4 käsitellään asiakastyytyväisyyttä, sekä sen muodostumista ja mittaamista. Tapahtuman järjestämiseen paneudutaan luvussa 5, jossa syvennytään eri tyyppisiin tapahtumiin, tapahtumajärjestäjän vastuualueisiin yleisellä tasolla ja esitetään onnistuneen tapahtuman tunnuspiirteitä. Empiirisen tutkimuksen toteutusta käsitellään kuudennessa luvussa ja luvussa 7 esitetään tutkimuksen tulokset. Kahdeksannessa luvussa esitetään tutkimuksen perusteella tehty pohdinta johtopäätöksineen ja opinnäytetyön tekijän omaa pohdintaa tutkimuksesta ja omasta työskentelystä.

2 KUNTIEN KULTTUURITOIMINTA

Kunnan kulttuuritoiminnalla tarkoitetaan toimintaa, jolla kunta edistää kulttuurin ja taiteen tekemistä, harrastamista, saatavuutta ja käyttöä sekä taide- ja kulttuurikasvatusta ja kulttuuriperintöä. Kuntien kulttuuritoimintaa säätelevän lain tavoitteena on tukea ihmisten mahdollisuuksia ilmaisuun ja kulttuurin sekä taiteen tekemiseen ja kokemiseen, edistää kaikkien väestöryhmien mahdollisuuksia osallistua kulttuuriin, vahvistaa väestön hyvinvointia sekä osallistuttaa ja luoda yhteisöllisyyttä sekä luoda edellytyksiä paikallisen ja alueellisen elinvoiman kehittymiselle. (Kuntaliitto 2019a; Kuntaliitto 2019b.)

Kunnan kulttuuritoimintaan kuuluvat yleensä yleinen kulttuuritoiminta, taiteen ja musiikin perusopetukset, teatteri- ja museotoiminta, sekä kirjaston toiminta. Kunnat ylläpitävät kulttuuritiloja, kuten esitys-, harrastus- ja työskentelytiloja, sekä järjestävät erilaisia tapahtumia ja tilaisuuksia. Taidekasvatuksen ja harrastustoiminnan edistämiseksi kunnissa on kansalais- ja työväenopistoja. Kulttuuritoimintaa voidaan tuottaa kunnissa monin eri tavoin. Kunnan itsensä järjestämän kulttuuritoiminnan lisäksi toimintaa voidaan tuottaa avustuksien, tukien ja ostopalveluiden kautta. Usein kunnat ovat mukana myös kulttuuripoliittisen tavoitteen tai tehtävän omaavissa säätiöissä, järjestöissä ja yhdistyksissä. Kunta koordinoi paikallista ja alueellista kulttuuritoimintaa, luo verkostoja ja toimii tärkeänä yhteispisteenä alueensa kulttuuritoimijoille. (Kuntaliitto 2019a; Kuntaliitto 2019b.)

2.1 Kulttuuritoiminnan merkitys

Kulttuuri ja taide vaikuttavat sosiaaliseen hyvinvointiin, osallistuttaen ihmisiä ja tuomalla heitä yhteen, mikä puolestaan parantaa elämänlaatua ja jopa ehkäisee syrjäytymistä. Terveydelliset vaikutukset suuntautuvat pitkälti mielenterveyden tukemiseen ja parantamiseen, jolla on vaikutuksia aina kansanterveyteen saakka. Kulttuuri ja taide kehittävät myös ihmisten sosiaalisia ja älyllisiä taitoja, joilla on merkittäviä vaikutuksia elämänlaatuun. Kulttuuri ja taide synnyttävät taloudellisia vaikutuksia sekä suoraan että epäsuoraan kulttuuriturismin kautta, ja niiden avulla voidaan tukea kestävä kehityksen mallia. Kulttuurin ja taiteen tutkimuksissa, joissa on tutkittu niiden merkitystä ihmisten hyvinvoinnille, on korostunut, että taiteen ja kulttuurin vaikutus syntyy henkilökohtaisten kokemusten ja elämysten kautta. Esiin on tullut jaettujen kokemusten tärkeys ja taiteen mahdollistama vuorovaikutus. Ihminen yksilönä voi olla

kulttuurin ja taiteen näkijä, tekijä ja kokija, mutta yksilötason kokemukset voivat heijastua laajalti yhteisöihin ja yhteiskunnalliselle tasolle saakka. Vaikutukset voivat syntyä välittömästi tai viiveellä ajan saatossa. (Honkala & Laitinen 2017.)

2.2 Laki kuntien kulttuuritoiminnasta

Kunnan lakisääteinen tehtävä on järjestää kulttuuripalveluja ja sitä säätelee laki kuntien kulttuuritoiminnasta. Suomen kuntaliiton tehtävänä on tukea ja auttaa kehittämään kuntia sivistyspalvelujen järjestämisessä. Kuntaliitto myös laatii jokaiselle valtuustokaudelle sivistyspoliittisen ohjelman, joka sisältää sivistyspalveluiden keskeiset tavoitteet ja toimenpiteet. Kuntien sivistyspalvelut luovat edellytyksiä, jotta jokaisella ihmisellä olisi mahdollisuus elää aktiivista, luovaa ja merkityksellistä elämää. Kunnat päättävät itse kulttuuritoiminnan laajuudesta tarkemmin ja määrittelevät osaamistarpeet, tuotantotavat ja hallinto- ja palvelurakenteen. (Kuntaliitto 2019a; Kuntaliitto 2019b.)

Kuntien kulttuuritoimintalain mukaan kuntien tehtävänä on järjestää kulttuuritoimintaa. Sen toteuttamiseksi kunnan tulee kulttuurin ja taiteen nimissä edistää yhdenvertaista saatavuutta ja monipuolisia mahdollisuuksia, luoda edellytyksiä ammattimaiselle toiminnalle sekä tukea harrastus- ja kansalaistoimintaa. Kunnan tulee myös tarjota mahdollisuuksia tavoitteelliseen kulttuurikasvatukseen, edistää kulttuuriperinnön sekä paikallisen identiteetin tukevaa ja kehittävää toimintaa. Kunnan kulttuuritoiminnan tehtävänä on myös edistää asukkaiden hyvinvointia ja terveyttä tukemalla osallistumista ja yhteisöllisyyttä sekä edistää kulttuurista vuorovaikutusta ja kansainvälistä toimintaa. (Kuntaliitto 2019a; Kuntaliitto 2019b.) Kuntien asukkailla tulee olla mahdollisuus sekä osallistua että vaikuttaa kunnan kulttuuritoimintaan. Kulttuuritoimintaa suunniteltaessa ja järjestäessä kuntien on otettava huomioon paikallisten kieliryhmien, kuten ruotsinkielisten ja saamenkielisten tarpeet. Kulttuuritoiminnan tehtävien toteuttamiseksi kunnan tulee tehdä yhteistyötä eri toimialojen kanssa, mikä edistää kulttuuritoimintalain tavoitteisiin pääsyä. Kunnille ja niissä kulttuuritoimintaa harjoittavalle tai edistävälle yhteisöille ja säätiöille voidaan myöntää valtionavustusta kehittämistehtävän toteuttamiseksi. Valtion avustusta voidaan myöntää myös kulttuuritoiminnassa tarvittavien tilojen perustamishankkeisiin. (Laki kuntien kulttuuritoiminnasta 2019/166, § 1-9.)

2.3 Ylivieskan kaupungin kulttuuripalvelut

Ylivieskan kaupungin kulttuuripalvelut vastaavat kaupungin kulttuuri- ja museopalveluiden kehittämisestä ja tuottamisesta. Ylivieskan kaupungin kulttuuripalveluiden tehtäviin kuuluvat kulttuurikeskuksen ja muiden kulttuuritilojen ylläpito, kulttuuritoimintaan liittyvän tuki- ja neuvontapalveluiden hoitaminen, vuosittaisten kulttuuriavustusten valmistelu ja jakaminen sekä kulttuuritilaisuuksien ja museo- ja taidenäyttelyiden järjestäminen. (Ylivieskan kaupungin kulttuuripalvelut.)

Ylivieskan kaupungin kulttuuripalveluiden asiakaspalvelu- ja neuvontapiste sijaitsee Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikassa, joka toimii tapahtumapaikkana erilaisille tapahtumille, kuten konserteille sekä koulutuksille ja kokouksille. Kulttuuripalvelut hallinnoivat myös Ylivieskan kaupungin museotoimea, johon kuuluvat kotiseutumuseo Puuhkala, Helaalan mylly ja kotiseutuarkisto. Ylivieskan kulttuuripalvelut järjestävät tapahtumia itsenäisesti sekä yhteistyössä eri toimijoiden kanssa. Tapahtumia järjestetään kulttuuripalveluiden hallinnoimissa tiloissa sekä etenkin kesäaikaan Ylivieskan kaupungin muissa tiloissa, kuten Ylivieskan jäähallilla ja torilla. Kesäkauteen sijoittuvia tapahtumia ovat esimerkiksi kaupunkifestivaali Sun Pampas, toritapahtumat, käsityö- ja lähiruokamarkkinat, erilaiset teemapäivät eri ikäryhmille, kuten maatilapäivä lapsille ja Taidefest-päivä, jossa yhdistyksillä ja järjestöillä on mahdollisuus osallistua taidetempauksiin yhdessä Ylivieskan kaupungin kanssa. Ylivieskan kaupungin kulttuuripalvelut ovat myös vahvasti mukana Ylivieskan kaupungin matkailun kehittämisessä ja kaupungin matkailuneuvonta on kulttuuripalveluiden hallinnoima. (Ylivieskan kaupungin kulttuuripalvelut.)

3 YLIVIESKAN KULTTUURIKESKUS AKUSTIIKKA

Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka on rakennettu vuonna 2003. Akustiikka sijaitsee Ylivieskan keskustassa valtatie 27 Savontien varrella. Akustiikan kanssa samassa kiinteistössä toimii esiopetus- ja ala-aste Päivärinnan koulu. Sekä koulun että Akustiikan tiloissa järjestetään myös Ylivieskan seudun musiikkiopiston toimintaa. Akustiikassa on 430-paikkainen konserttisali, kokous- ja koulutustiloja, taidenäyttelysali ja studio. Akustiikassa sijaitsee kulttuuripalveluiden hallinto sekä talossa palvelee lipunmyynti, asiakas- ja matkailuneuvontapiste. (Ylivieskan kaupungin kulttuuripalvelut.)

Akustiikan arkkitehtisuunnittelijana oli oululainen Uki Arkkitehdit Oy, joka on suunnitellut myös Kuhmo-talon sekä Oulussa sijaitsevat Madetojan salin ja Tulindberg-salin. Konserttisalin osalta Uki Arkkitehdit Oy teki yhteistyötä akustiikkasuunnitteluun erikoistuneen helsinkiläisen Arkkitehtitoimisto Alpo Halme Oy:n kanssa. Suunnittelu- ja rakennusvaiheen äärimmäinen haaste oli Uki Arkkitehdit Oy:n Matti Heikkisen mukaan uuden rakennuksen liittäminen vanhaan koulurakennukseen ja sen 1980-luvulla tehtyyn laajennukseen siten, että kokonaisuudesta tulisi hyväksyttävän näköinen. Akustiikan kohdalla ulkoasussa päädyttiin mahdollisimman kuutiomaiseen ratkaisuun. Uuden ja vanhan rakennuksen yhdistää porrashuone, joka toisaalta myös erottaa rakennukset toisistaan. Julkisivut ovat vaaleat ja neutraalit, jonka tarkoituksena on ollut pyrkiä samaan henkeen vanhan osan kanssa. Akustiikkaan sisään tultaessa yleisön vastaanottavassa aulassa on paljon lasipintaa, joka tuo valoa ja näyttävyyttä. Materiaaleina sisäpinnoissa on käytetty kiveä, betonia ja puuta. Akustiikan pääväreinä ovat vaahtera, musta ja violetti. Värit toistuvat aulan lattiassa ja seinässä, sekä konserttisalin istuimissa ja akustiikkalevyissä. (Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka.) Kuvassa 1 on Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan kiinteistö.



KUVA 1. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka

3.1 Palvelut

Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikassa palvelee lipunmyynti ja matkailu- ja asiakasneuvontapiste, joka on avoinna tiistaista perjantaihin kello 12-18 ja tuntia ennen tapahtumaa. Neuvontapisteestä saa lippuvarausten ja lippujen ostojen lisäksi varattua kulttuuripalveluiden tiloja, tarjoilupalveluita ja neuvontaa kaupunkiin ja kulttuuriin liittyvissä asioissa, sillä se toimii myös kaupungin matkailuneuvontana. Akustiikassa on käytössä Ticketmasterin lipunmyyntijärjestelmä, jonka ansiosta myös kaikki liput ovat ostettavissa myös Ticketmasterin verkkokaupasta.

Akustiikka vastaa itsenäisesti kahvila- ja ravintolatoiminnastaan, joka perustuu ennakkotilausperusteiseen toimintaan. Tarjoiluja voi tilata kaikkiin tapahtumiin, kuten koulutuksiin, kokouksiin, konserttien väliajoille, yksityistilaisuuksiin ja yleisötapahtumiin. Kahvila- ja ravintolapalvelut palvelevat lähes kaikissa tapahtumissa, ennen konsertteja ja niiden väliajoilla. Akustiikka toimittaa esiintyjille tarjoilun takahuonetiloihin heidän toiveidensa mukaisesti. Kulttuurikeskus Akustiikassa on anniskeluoikeudet. Akustiikan käytössä on ilta- ja viikonloppuaikoina samassa kiinteistössä sijaitsevan Päivärinnan koulun

ravintolasali, jossa on asiakaspaikkoja 140. Tämän vuoksi suurienkin tapahtumakokonaisuuksien tarjoilujen järjestämiselle on olemassa laajat puitteet. Akustiikan kahvila- ja ravintolapalvelut eivät valmista itse tuotteitaan alusta saakka, vaan ne tilataan puolivalmiina tai valmiina. Tuotteita pyritään hankkimaan ensisijaisesti paikallisilta ja alueellisilta tuottajilta sekä vähittäismyyjiltä.

Studiossa eli mediapajassa on puitteet korkealaatuisten äänitteiden valmistamiseen, joka on niin sanottu kellovaksi rakennettu soittotila. Äänitystilana voidaan käyttää myös konsertti- eli pääsalia. Konserttien äänitaltiointi kuuluu Akustiikan palveluihin. Tekniikkana toimii ProTools-ohjelmisto ja Control 24 -käyttöympäristö. (Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka.)

Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan hallintotiloissa palvelee Ylivieskan kaupungin kulttuuripalveluiden palvelu- ja neuvontapiste. Ylivieskan kulttuuripalvelut järjestävät tapahtumia itsenäisesti sekä yhteistyössä eri toimijoiden kanssa, niin kulttuuripalveluiden hallinnoimissa tiloissa kuin kaupungin muissa tiloissa. Akustiikasta hallinnoidaan myös osittain kaupungin museotoimea, johon kuuluvat kotiseutumuseo Puuhkala, Helaalan mylly ja kotiseutuarkisto. (Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka.)

3.2 Tilat

Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikassa voidaan järjestää kokouksia ja koulutuksia useissa eri kokouksissa tiloissa. Kokoushuoneita ovat seuraavat: 30-paikkainen videoneuvotteluhuone, 10-paikkainen kokoushuone Pietari ja 20-paikkainen kokoushuone Tapio. Siirrettävien väliseinien ansiosta taidenäyttelysalissa voidaan järjestää myös noin 50:lle henkilölle tilaisuuksia, kuten koulutuksia, kokouksia ja luentoja. Akustiikan käytössä on iltaisin ja viikonloppuisin Päivärinnan koulun hallinnoima ravintolasali Trioli, jossa on asiakaspaikkoja 140:lle. Ravintolasali Triolissa järjestetään myös kokouksia, koulutuksia, yleisötilaisuuksia ja se toimii konserttien väliajoilla ravintolasalina. Kaikissa kokouksissa on ajanmukainen kokoustekniikka. (Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka.)

Ylivieskan kulttuurikeskus Akustiikan näyttelysalissa on kuukausittain vaihtuva taidenäyttely. Näyttelysali on pinta-alaltaan 130 neliometriä ja seinien ripustuspinta-ala on 70 juoksumetriä, korkeutta tilassa on enimmillään 5 metriä. Näyttelysalissa on neljä liikuteltavaa seinäelementtiä, jotka mahdollistavat tilan jakamisen osiin. Näyttelysalissa järjestetään taidenäyttelyiden lisäksi muitakin tilaisuuksia, kuten koulutuksia ja yleisötilaisuuksia. Tilaan on mahdollista saada kokouksia ja koulutuksia varten istuin- ja pöytäpaikat noin 50:lle henkilölle ja sinne voidaan siirtää tarvittava kokoustekniikka. Näyttelysali toimii

myös konserttien ja muiden kulttuuritilaisuuksien yleisölämpiönä. Näyttelysalin nimi vuoteen 2022 saakka on ARVO-sali. (Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka.) Kuvassa 2 on Akustiikan näyttelysali.



KUVA 2. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan näyttelysali

Ylivieskan kulttuurikeskus Akustiikan konsertti- eli pääsalissa on nouseva katsomo, joka mahdollistaa 430:lle katsojalle paikat. Pääsalissa järjestetään konserttien lisäksi luentoja, koulutuksia, kokouksia, seminaareja ja se toimii usein kaupungin koulujen ja päiväkotien kevät- ja joulujuhlien järjestämispaikkana. Pääsalissa on nykyaikainen tekniikka- ja valolaitteisto. Pääsalissa on 373 kiinteää istuinpaikkaa, joista permannolla 273 ja parvella 100. Reservipaikat eli lisätuolit mukaan lukien käytössä on yhteensä korkeintaan 430 paikkaa. Pääsalin nimi on vuoteen 2022 saakka Osuuspankki-sali. (Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka.)

Akustiikan pääsalin näyttämön keskellä on aukaistava seinä, jonka takaa voidaan siirtää esimerkiksi flyygeli lavalle. Puun väriset sivuseinät voidaan tarvittaessa siirtää syrjään ja korvata tummilla verhoilla, sekä takaseinän voi peittää myös tummalla verholla. Puunvärisen lattian peittäminen onnistuu mustan maton avulla. Usein teatteriesityksissä ja kevyen musiikin viihdekonserteissa esiintymislavan ulkoasua muokataan verhojen ja mattojen avulla tapahtumaan soveltuvaksi näyttävyyden ja akustisten syiden vuoksi. Luennoilla, juhlatilaisuuksissa ja klassisen musiikin konserteissa pääsalin lava on tavanomaisesti ilman verhoilua. Akustiikassa on käytettävissä Steinway & Sons –merkkinen flyygeli, jonka viritystaso on 442. Talon äänijärjestelmään sopii yhteensä 24 mikrofonikanavaa. Saliääni ja monitorit miksataan

Yamahan LS-9 mikserillä. 3x8 kanavainen aktiivipilitteri (XTA) vastaa signaalin jakamisesta miksaus-pisteisiin tarkkaamossa, permannolla ja lavan vasemmalla puolella sekä kolmannen kerroksen studiossa. Valaistuksen suhteen pääsalissa on laaja valikoima erilaisia valoja ja valaistuksia. Nämä koostuvat yhteensä 18:ta liikkuvasta valaisimesta ja 49:tä konventionaalista heittimestä. (Ylivieskan kulttuuripalvelut. Kulttuurikeskus Akustiikka.) Konventionaalisisissa valonheittimissä ei ole moottoroituja liikeominaisuuksia, mutta niiden intensiteettiä pystytään ohjaamaan valopöydästä. Konventionaalisia valoja käytetään teattereissa, mutta myös konserteissa esimerkiksi etuvaloina ja strobo-valoina. Pääsalin yhteydessä on artistilämpio, jossa on kaksi pukuhuonetta ja wc-tilaa. Tarvittaessa lisätilaksi esiintyjäryhmille on käytettävissä lämpiön viereinen kokoushuone Pietari ja videoneuvotteluhuone. (Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka.) Kuvassa 3 on pääsali, kuvassa 4 lämpio ja kuvassa 5 lämpiön pukuhuone.



KUVA 3. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan pääsali



KUVA 4. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan lämpiö



KUVA 5. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan lämpiön pukuhuone

3.3 Asiakasryhmät ja kävijämäärät

Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikassa on useita asiakasryhmiä. Ne voidaan jakaa esimerkiksi kolmeen eri asiakasryhmään: tapahtumaa tai tilaisuutta järjestävä taho (esim. manageritoimisto, yritys ja yhdistys), esiintyvä taho (esim. luennoitsija, kouluttaja tai esiintyjä) sekä itse yleisö eli tapahtumaan tai

tilaisuuteen osallistujat. Akustiikassa järjestetään vuosittain satoja tapahtumia ja tilaisuuksia. Konsertteja ja teatteriesityksiä oli 134 vuonna 2018 ja 115 vuonna 2019 (Leppänen 2020). Seminaareja, messuja ja yleisöluentoja oli 11 vuonna 2018, samana vuonna elokuvia näytettiin 26 ja koulutuksia sekä kokouksia järjestettiin 342. Vuonna 2017 Akustiikassa vieraili 78 752 asiakasta, vuonna 2018 asiakkaita oli 75 472 ja vuonna 2019 oli 76132 asiakasta. (Leppänen 2020.)

3.4 Tapahtumien järjestäminen Akustiikassa

Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikassa on monipuoliset mahdollisuudet erilaisten tapahtumien järjestämiseen. Tapahtumia järjestetään sekä monenlaisten yhteistyökuvioiden kautta että itsenäisesti ostaen esityksiä tai esiintyjä tapahtumiin. Suurin osa konserteista järjestetään ulkopuolisten tapahtumajärjestäjien, kuten manageritoimistojen toimesta. Tällaisissa tapauksissa järjestäjä vuokraa konserttisalin, määrittelee itse tapahtumansa pääsylippujen hinnat ja vastaa pääosin tapahtuman markkinoinnista.

Akustiikka perii konserttisalin vuokran lisäksi provision tapahtuman kokonaislipunmyynnistä ja mahdollisista muista palveluista tapahtuman järjestämissopimuksessa määrätyn mukaisesti. Pääsalin hinnoitukseen sovelletaan Ylivieskan kirjasto- ja kulttuurilautakunnan vahvistamaa Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan vuokrahinnastoa. Hinnastossa on huomioitu hintaryhmittäin kaupungin hallintokunnat ja ylivieskalaiset järjestöt, yhdistykset, esiintyjät ja esiintyjäryhmät. (Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka.) Tapahtumaa järjestävä osapuoli ja Akustiikka voivat myös sopia erilaisia yhteistyösopimuksia konserttien järjestämiseksi, kuten sellaisia joissa pääsalin vuokran ja lippuprovision sijaan lipputulot jaetaan tietyn ennalta sovitun prosentin mukaisesti, jolloin tapahtuman riskit ja tuotot jakautuvat.

Tapahtuman järjestäjä vastaa pääasiassa itse tapahtumansa markkinoinnista ja mainonnasta. Myös Akustiikka markkinoi kaikkia tapahtumia omissa markkinointikanavissaan ja auttaa käytännön asioissa tapahtuman onnistumisen takaamiseksi. Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka ilmoittaa tapahtumista internet-sivuillaan, sosiaalisessa mediassa, eri tapahtumakalentereissa, Akustiikan aulojen info-näytöillä, yhteismainoksissa paikallislehdissä ja jakaa tarvittaessa tapahtuman järjestäjän toimittamia julisteita kaupungissa ja seutukuntiin. (Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka.) Akustiikka puolestaan vastaa useimmiten tapahtumien lupa-asioista ja turvallisuudesta, mutta tapahtuman järjestäjät sitoutuvat noudattamaan Akustiikan turvallisuusmääräyksiä, joita on määrätty tapahtuman järjestämissopimuksessa.

Tapahtuman, kuten konsertin järjestäminen on tyypillisesti muutaman kuukauden kestävä projekti. Se alkaa esiintyjasopimuksen teolla, jossa määritellään tapahtuman ajankohdan lisäksi esimerkiksi sen julkistamispäivä, lippujen hinnat ja mahdolliset lisäpalvelut. Lähempänä tapahtumapäivää käydään läpi vielä tarkempia käytännönasioita ja yksityiskohtia esiintyjän tai esiintyjäryhmän kanssa. Manageritoimistot lähettävät usein tapahtumapaikalle niin kutsutun esiintyjä-riderin, josta käy ilmi kokoonpanon yhteystietojen lisäksi tarpeet ja toiveet majoituksesta, takahuonetarjoilusta, ruokailusta ja tekniikasta. Muutaman päivän kuluessa tapahtumasta tilitetään tapahtumanjärjestäjälle lipputulot esiintyjasopimuksessa määritetyn mukaisesti.

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA SEN MUODOSTUMINEN

Asiakastyytyväisyys koostuu eri asiakkaiden kohdalla eri tekijöistä ja useamman tekijän summasta. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä on monia ja niiden painoarvo vaihtelee yhtä paljon, kuin on asiakkaitakin. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa suurena tekijänä asiakkaan oma käsitys, jota yritys tai organisaatio ei voi täysin hallita. Tekijöitä, joita yritys tai organisaatio voi kuitenkin hallita ovat esimerkiksi tuotteiden ominaispiirteet, laatu, palvelutapahtuma ja -ympäristö, tuotteen hinta, toimitusaika, vaatimustenmukaisuus, reagointitapa ja -nopeus asiakaspalvelutilanteissa, luotettavuus ja ammattimaisuus. (Kokkonen 2006.)

4.1 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen

Yksinkertaisesti asiakastyytyväisyyden muodostumisena voidaan pitää asiakkaan henkilökohtaisia odotuksia ja niiden täyttymistä tai täyttymättä jättämistä (Leivänen). Asiakkaan odotukset ylittävä kokemus syntyy ydinkokemuksen laajentuessa, kun ydinkokemukseen lisätään odotukset ylittäviä elementtejä. Odotukset ylittävässä kokemuksessa on usein jotain seuraavista piirteistä: henkilökohtaista, yksilöllistä, aitoa, olennaista, räätälöityä, oikea-aikaista, jaettavaa, kestävää, selkeää, arvokasta, tunteisiin vetoavaa, yllättävää ja tuottavaa. (Löytänä & Korteso 2011, luku 3.)

Asiakastyytyväisyys ja sen muodostuminen liittyvät vahvasti asiakaskokemukseen ja sen johtamiseen (Leivänen). Asiakaskokemus on käsitteenä laajempi, kuin pelkkä palvelutapahtuma. Asiakaskokemus voidaan katsoa lähteväksi jo siitä, millaisen kuvan yritys antaa itsestään Internetissä ja muissa viestintäkanavissa. Asiakaskokemukseen vaikuttavat useat tekijät, kuten yrityksen sijainti ja kuinka helpoksi asiakas kokee pääsyn sinne, opasteiden riittävyys ja selkeys sekä kaikki tuotteet, valikoima, palvelu, toiminta ja ympäristö. Asiakaskokemukseen liittyvät myös tunteet. Asiakaskokemusta voidaankin pitää niiden mielikuvien, tunteiden ja kohtaamisten summana, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa. (Löytänä & Korteso 2011.) Asiakaskokemuksen johtamisella tarkoitetaan merkityksellisten kokemusten luomista asiakkaalle niin, että asiakkaat ovat halukkaita jatkamaan asiointia ja asiakkuuttaan yrityksen kanssa. Tavoitteena voidaan pitää yritystä, joka luo, ylläpitää ja kehittää jatkuvasti asiakassuhteitaan. Tämän lähtökohtana on arvon tuottaminen asiakkaille, asiakkuuksien kannattavuus ja molempien osapuolien tyytyväisyys. Jotta yritys pystyy tuottamaan asiakkaalle arvoa, täyttämään asiakkaan

odotukset tai parhaassa tapauksessa ylittämään ne, on yrityksen tunnettava asiakkaansa ja heidän tarpeensa. Tähän voidaan lukea asiakkaan todelliset motiivit, mihin arvoihin asiakkaan päätökset ja valinnat perustuvat sekä millaisia odotuksia ja tarpeita asiakkailla on. (Leivänen.)

Asiakastyytyväisyys muodostuu pitkälti palvelun laadusta. Palvelun laatu muodostuu asiakkaan henkilökohtaisten odotusten ja toteutuneen asiakaspalvelukokemuksen välisestä suhteesta. Mikäli odotukset ylittyvät, koetaan palvelukokemus positiiviseksi. Mikäli odotukset ovat korkeammalla, kuin toteutunut palvelukokemus, koetaan se negatiiviseksi. Asiakkaan odotuksiin voivat vaikuttaa mm. tarve, aiemmat kokemukset, yrityksen maine, brändi ja markkinointiviestintä, suosittelut, hintataso. Asiakkaan kokemukseen vaikuttavat myös mm. tekninen ja toiminnallinen laatu, palveluympäristö, suunnittelu ja tuotanto. Teknisellä laadulla tarkoitetaan aineettomia ja aineellisia asioita, toiminnallinen laatu vastaa kysymykseen, miten asiakas kokee tuotanto- ja kulutusprosessin. Tekniseen laatuun kuuluvat esimerkiksi tarpeiden kartoitus ja niiden menetelmä, kun taas toiminnalliseen laatuun kuuluvat esimerkiksi ilmapiiri ja asiakkaan ja asiakaspalvelijan välinen vuorovaikutus. (Tirkkonen 2014.) Kuviossa 2 on esitetty asiakastyytyväisyyden muodostumiseen vaikuttavia tekijöitä.



KUVIO 2. Asiakastyytyväisyyden muodostuminen

4.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Ennen asiakastyytyväisyyden mittaamista on hyvä pohtia, mitä asioita voidaan mitata. Kulttuurimatkailla pidetään haastavana toimialana, koska mieltymyksiä kulttuuritarjonnasta on laidasta laitaan, kuten myös tarjontaa. Esimerkiksi taiteessa ei ole olemassa yhtä ainoaa ja oikeaa kaikkien ihannoimaa suuntausta, vaan jokainen kokee taiteen eri tavoin. Sisällön tason tyytyväisyyden mittaaminen on näin ollen hyvin haasteellista, sillä asiakkaiden vastaukset ovat hyvin subjektiivisia ja perustuvat jokaisen omaan mieltymykseen. Ulkoisia tekijöitä sen sijaan voidaan hyvinkin arvioida, kuten fyysistä ympäristöä ja henkilökunnalta saamaa palvelua. (Kulmat 2015.)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata monin eri tavoin. Tyypillisin tiedonkeruutapa on kerätä asiakaspalautetta palautteiden ja kyselyiden avulla, josta voidaan tehdä johtopäätelmiä asiakastyytyväisyyden suhteen. Etenkin kulttuuritaloissa sopii palautteen keruutavaksi yleinen palautelaatikko tai kirjallinen tutkimuslomake, joka on saatavilla yleisissä tiloissa. Asiakaspalautteiden saamiseksi voidaan toteuttaa myös täsmällinen haastattelututkimus esimerkiksi jonkin tapahtuman jälkeen. Tällaista voidaan käyttää etenkin siinä tapauksessa, kun halutaan kerätä kyseisen tapahtuman puitteista mielipiteitä. Opastuskieroksien lopussa kannattaa hyödyntää palautteenantomahdollisuus. Suullisten palautteiden osalta olisi kuitenkin hyvä muistaa, että kaikkien läsnäolijoiden kesken palautteen, etenkin negatiivisen tai rakentavan palautteen saaminen voi olla haastavampaa, kuin kirjallisessa muodossa jätetty palaute. Nimettömien palautteiden varjopuolena on puolestaan pilailumielessä tehty, vääristetyin vastauksin annettu asiakaspalaute, jota ei olisi syytä ottaa tiedonkeruuseen mukaan. Palautetta voi kysyä aina myös puhelimitse sekä sähköpostiviestein. Nykyään yleinen tapa on jakaa esimerkiksi yrityksen postituslistalla oleville henkilöille linkki Internetissä täytettävään asiakastyytyväisyyskyselyyn tai -palautteeseen. Kyselylinkki tai asiakaspalautteosio voidaan sijoittaa myös yrityksen Internet-sivuille. Asiakastyytyväisyyden ja -palautteen antoon käytetään myös jonkin verran ”mystery shopping”- eli koeasiointimenetelmää sekä digitaalisia asiakaspalautetauluja, joihin voi esimerkiksi hymynaaman valitsemalla antaa yleisen mielikuvan asiakaskokemuksesta. (Kulmat 2015.)

Asiakastyytyväisyyskyselyä suunniteltaessa täytyy miettiä mitä halutaan tutkia, missä tilanteessa ja keneltä vastauksia kannattaa pyytää, jotta tulokset ovat luotettavia johtopäätelmien tekemiseen. Parhaiten tuloksia asiakastyytyväisyyden mittaamista varten saadaan, kun suoraan asiakkaan kanssa työskentelevät työntekijät on perehdytetty palautteen keräämistä varten, sitä kerätään asiakkaalta aktiivisesti sekä asiakkaan mielipiteestä ollaan aidosti kiinnostuneita. Palautteiden keräämisen lisäksi on tärkeää käydä

palautteet säännöllisesti läpi ja analysoida tulokset huolellisesti, sekä aloittaa tarvittavat kehittämistoimenpiteet. Mikäli mahdollista, vastauksen jättäneille asiakkaille on hyvä myös vastata kiitoksen muodossa. Asiakkaita voidaan myös aktivoida antamaan vastauksensa tai palautteensa esimerkiksi arpomalla palkintoja vastauksen tai palautteen jättäneiden kesken. (Kulmat 2015.)

5 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Tapahtuman järjestämiselle on paikkoja Suomessa runsaasti. Tapahtuman järjestämispaikka voi olla periaatteessa mikä tahansa tila, kunhan huomioon otetaan tilaisuuden luonne ja osallistujat. Arvokas tilaisuus ansaitsee arvoisensa juhlatilat, kun taas vapaampia juhlia voidaan järjestää lähes missä tahansa, sekä niiden luonnetta voi jopa jäykistää liian prameat tilat. Ulkotilaisuuksia järjestettäessä on otettava huomioon sää, varasuunnitelma sateen tai myrskyn varalle on hyvä olla. Hyvin harvoin mikään tila toimii sellaisenaan tapahtumalle, vaan tilaa somistetaan sopivalla tavalla tapahtuman mukaan. Tapahtumapaikkaa valittaessa on hyvä ottaa huomioon kulkuyhteydet, liikuntarajoitteisten osallistuminen, tapahtumapaikan tai -tilan koko ja sopivuus osallistujamäärään ja tapahtuman luonteeseen nähden, äänentoiston, tekniikan ja tarjoilun järjestämismahdollisuudet. (Vallo & Häyrinen 2014, 141-143.)

5.1 Eri tyyppisiä tapahtumia

Tapahtumia voidaan luokitella monella eri tavalla. Yksinkertaisessa luokittelussa ne voidaan jakaa pääsääntöisesti viihdetapahtumiin, asiatapahtumiin ja näiden yhdistelmiin. Tapahtumia voidaan toteuttaa joko kokonaan itse tekemällä, ostamalla tapahtuma tai kokoamalla se erilaisista valmiista osista niin kutsutuksi ketjutapahtumaksi. Yksi vaihtoehto on osallistua valmiiseen niin kutsuttuun kattotapahtumaan, jonka sisälle rakennetaan oma tapahtuma. (Vallo & Häyrinen 2014, 61-63, 141.) Tapahtumaa järjestävä organisaatio on vastuussa tapahtumastaan. Jos kyseessä on kattotapahtuman hyödyntäminen, organisaatio on vastuussa siitä joukosta ihmisiä, jonka sinne vie. (Vallo & Häyrinen 2014, 227.)

Kokoukset, koulutukset ja seminaarit lukeutuvat asiatapahtumiin, mutta niihin voidaan myös yhdistää viihdetapahtuman elementtejä. Esimerkiksi koulutuspäivien asiaohjelman lisäksi voi tapahtumassa olla viihteellinen ohjelmanumero. Asiatapahtuman tai asia- ja viihdetapahtuman yhdistelmän toteuttamiseksi on otettava huomioon monia käytännön asioita onnistuneen kokonaisuuden toteuttamiseksi. Näitä ovat toimiva aikataulutus, informatiivinen ja odotukset täyttävä ohjelma, esiintyjien ammattitaitoisuus, ilmoittautumisen sujuvuus, toimiva tekniikka, tilaisuuden luonteeseen sopivat ja laadukkaat tarjoilut, osallistuja- ja esitysmateriaalien sisältö ja niiden riittävyys, tapahtumapaikan soveltuvuus, vaatesäilytys ja paikoitusalueiden riittävyys. (Vallo & Häyrinen 2014, 62-63.)

Viihdetapahtuman ohjelman sisältöön on tarjolla valtavasti erilaisia esiintyjä ja esiintyjäryhmiä. Ohjelman sisältöä valittaessa onkin oleellista pitää mielessä kohderyhmä ja viesti, jotka viihdetapahtumalla halutaan välittää. (Vallo & Häyrinen 2014, 214.) Tapahtumissa voi olla mukana myös aktiviteetteja, jotka tuovat tapahtumiin elämyksellisyyttä. Aktiviteeteilla tarkoitetaan toimintaa ja tekemistä, joihin osallistujat voivat osallistua. Aktiviteetteja sisältävää tapahtumaa suunniteltaessa on syytä muistaa aktiviteetteihin osallistumisen vapaaehtoisuus sekä niiden sopiminen tapahtuman teemaan, luonteeseen ja osallistujaryhmälle. Tapahtumissa käytetään aktiviteetteja etenkin uuden kokemuksen tunteen luomiseksi sekä aktiviteetteja järjestettäessä pyritään usein uusien kontaktien solmimiseen ja ryhmäytymiseen. (Vallo & Häyrinen, 216-217.)

5.2 Tapahtumajärjestäjän vastualueita

Hyvin usein tapahtumaa suunniteltaessa jo alkuvaiheessa nousee puheeksi raha. Usein kuluja listattaessa rivejä syntyy huomattavasti enemmän, kuin tulopuolelle. Moniin tapahtumiin on mahdollista hankkia mainostuloja tai julkista rahoitusta. (Vallo & Häyrinen, 52.) Laadittaessa tapahtumalle budjettia, täytyy selvittää, onko tapahtumalla kulujen lisäksi tuottoja. Kuluja muodostuu esimerkiksi tilavuokrasta, tekniikasta, tarjoiluista, lupa-asioista, tapahtuman esiintyjistä, vartijoista tai järjestyksenvalvojista, matka- ja majoituskuluista. Tuloja voidaan hankkia muun muassa osallistumismaksuilla tai pääsylipputuloilla, tarjoilutuotoilla, oheismyyntituotoilla tai sponsorointituloilla. (Vallo & Häyrinen 2014, 152.) Tapahtuman tuloksellisuutta voidaan mitata yksinkertaisella ROI-kaavalla. Tapahtuman ROI eli tapahtumaan tehdyn investoinnin tuotto saadaan, kun tapahtuman tuotoista vähennetään tapahtuman kulut, joka taas jaetaan tapahtuman kuluilla. Miinusmerkkinen, eli negatiivinen tulos kertoo tapahtuneen olleen kannattamaton investointi, kun taas positiivinen tulos merkitsee investoinnin olleen kannattava. (Vallo & Häyrinen 2014, 55.)

Tapahtumaa järjestäessä on otettava huomioon myös lupa- ja ilmoitusasiat eri viranomaisille tai tahoille, kuten anniskelulupa Aluehallintovirastoon, meluilmoitus ympäristötarkastajalle, yleisötapahtuman järjestämistä ja liikennejärjestelyitä koskevat luvat poliisille. Lisäksi on huomioitava elävän musiikin tai taustamusiikin käyttämisestä tapahtumassa maksettava tekijänoikeusmaksu Teostolle. Tapahtumanjärjestäjän on myös huolehdittava siisteyden ja turvallisuuden liittyvistä seikoista, kuten jätehuollon järjestämisestä sekä alkusammutuskaluston ja hätäensiapuvälineiden hankkimisesta tapahtumapaikalle. (Vallo & Häyrinen 2014, 152-154.) Pelastusviranomainen tai poliisi voivat myös suositella tai vaatia

tapahtumaan valmiustilassa olevan ensiapuhenkilökunnan läsnäolon, sekä tekemään tarkennuksia tai korjauksia tapahtuman turvallisuuteen liittyen.

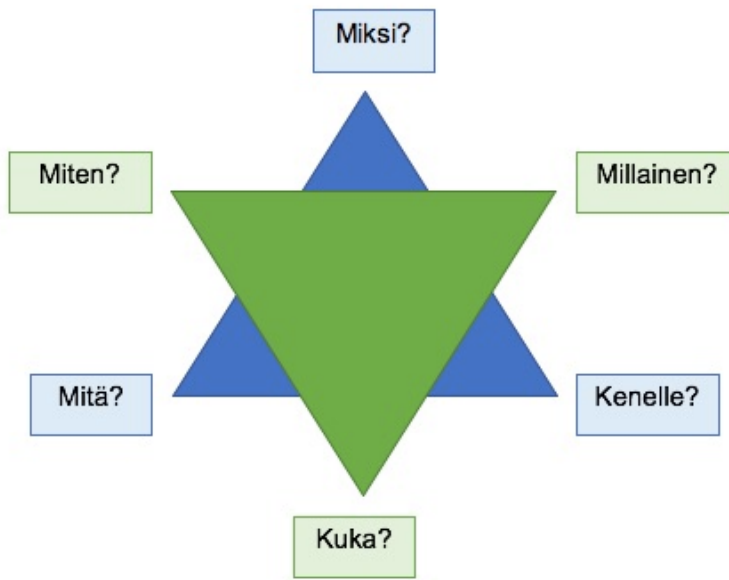
Musiikin avulla voidaan virittää tunnelmaa jo ennen tapahtuman alkamista, korostaa esityksen huippukohtia ja sen siivittämänä voidaan saatella vieraat kotiin. Elävä musiikki on tunnelmallisempaa, aidompaa ja miellyttävämpää kuin tallenteelta soitettu musiikki, mutta molemmilla on paikkansa ja usein budjettikin rajaa valintaa. Tapahtuman äänimaisema on osa lavastusta, musiikki valitaan tapahtuman teeman mukaiseksi ja halutun mielikuvan luomiseksi. Tapahtumaa järjestäessä on huomioita tapahtumapaikan tekniset valmiudet, riittävätkö ne sellaisinaan tarpeisiin nähden vai onko hankittava lisää teknisiä laitteita tai ratkaisuja. Päätoimisilla tapahtumapaikoilla on usein tekninen apu, joka on käytettävissä tilaisuuden ajan. Tapahtumatoimistojen kautta voi myös hankkia tapahtumaa varten ulkopuolisen tekniikan ammattilaisen. Tekniikan pettäessä on yleisölle tultava tunne, että kaikkeen on varauduttu ja järjestäjillä on tilanne hallinnassa, sekä tapahtuma etenee pian huolimatta pienestä teknisestä ongelmasta. (Vallo & Häyrinen 2014, 175-176.)

Tapahtuman tarjoilut määräytyvät pitkälti käytettävissä olevan budjetin, tapahtuman luonteen, osallistujien, teeman, ajankohdan ja paikan mukaan. Tarjoilu voidaan usein järjestää itse, mutta esimerkiksi anniskelutoiminnassa on otettava huomioon tapahtumapaikan anniskelulupa, joka määrää kuka voi anniskella kyseisessä tapahtumapaikassa. Tarjoiluja voidaan ostaa myös pitopalveluiden kautta, joista usein saa tarjottavien lisäksi ammattitaitoisen henkilökunnan, astiat ja kattaussomisteet. Tarjottavaa on hyvä olla tarpeeksi usein, riittävästi ja tarjoiluhenkilökuntaa on oltava tarpeeksi sekä erikoisruokavaliot on otettava huomioon. Tapahtuman luonne, ajankohta ja osallistujat määrittelevät pitkälti sen, kannattaako tarjota alkoholia. Ammattitaitoiset ja kokeneet pitopalvelut osaavat auttaa edellä mainittujen asioiden päätöksenteossa sekä tarjoavat uusia ideoita ja erilaisia vaihtoehtoja räätälöitynä asiakkaan tilaisuuteen. (Vallo & Häyrinen 2014, 155-156.)

5.3 Onnistunut tapahtuma

Onnistunut tapahtuma on ainutkertainen, siinä on sekä tunne että ajatus kohdallaan. Vallo ja Häyrinen (2014, 109) kuvaavat onnistunutta tapahtumaa tähden muodolla, joka koostuu kahdesta kolmiosta: strategisesta ja operatiivisesta. Jokaiseen kuuteen kysymykseen pitäisi osata vastata jo ennen tapahtuman suunnitteluvaihetta. Strategisten kysymysten, eli miksi tapahtuma järjestetään, kenelle se on tarkoitettu ja mitä ollaan järjestämässä - lisäksi pitää päättää ajankohta: missä ja milloin. Kolmesta strategisesta

kysymyksestä syntyy vastaus siihen, mikä on tapahtuman varsinainen idea. Operatiivisina kysymyksinä ovat, miten tapahtumaprosessi toteutetaan, millainen on tapahtuman sisältö ohjelmineen ja kuka tai ketkä ovat eri osa-alueiden vastuuhenkilöitä koostavat vastauksen tapahtuman teemalle. Onnistuneen tapahtuman tunnuspiirteitä ovat kohderyhmää ilahduttava yllätyksellisyys, toimivat yksityiskohdat ja erinomaisesti tapahtuman tavoitetta toteuttanut tapahtuman isännöinti. (Vallo & Häyrinen 2014, 103-109.) Kuviossa 3 on esitetty onnistuneen tapahtuman malli.



KUVIO 3. Onnistuneen tapahtuman malli (Vallo & Häyrinen 2014, 109)

Yksi tärkeimmistä asioista kaikenlaisten tapahtumien onnistumisen takaamiseksi on kuitenkin tapahtuman isäntien rooli. Tapahtuman isäntänä voi toimia tapahtuman projektipäällikkö, tapahtumapaikan oma henkilökunta, tai kokonaan ulkopuolinen isäntä. Isäntänä toimivan henkilön tai henkilöiden on oltava perillä kaikista tapahtumaan liittyvistä asioista, ohjattava omatoimisesti niin asiakkaita kuin tapahtuman sidosryhmiä, oltava valmiita selvittämään nopeasti mahdollisia ongelmatilanteita ja kyettävä tarvittaessa tekemään itsenäisiä päätöksiä. (Vallo & Häyrinen 2014, 237-240.) Tapahtuman isäntien on myös huolehdittava tapahtuman järjestäjien ja henkilökunnan välisestä sisäisestä viestinnästä, jotta esimerkiksi tieto oleellisista asioista, kuten aikataulun tai henkilömäärän muutoksista saavuttaa ajoissa kaikki henkilöt, joita muutokset koskettavat. Isännän toiminta vaikuttaa hyvin paljon siihen, onko tapahtuma onnistunut vai ei. (Vallo & Häyrinen 2014, 108.)

Esiintyjän isännöimisestä käytetään termiä hosting. Hyvä hosting-isäntä on esiintyjää tai esiintyjäryhmää vastassa, esittelee tilat ja hoitaa heille tarjoilut. Esiintyjille kannattaa varata rauhallinen ja riittävän

kokoinen tila esiintymisen valmistautumista ja palautumista varten. On tärkeää, että esiintyjä tietää ke-
neen ottaa tarvittaessa yhteyttä tapahtumapaikalla. (Vallo & Häyrinen 2014, 23.) Hyvä isäntä on ennen
kaikkea halukas toiminaan isäntänä. Mikäli organisaatiossa on ihmisiä, jotka nauttivat tapahtumaisän-
tänä olemisen roolista, olisi heitä suotava hyödyntää tässä työssä. (Vallo & Häyrinen 2014, 236.)

6 EMPIIRISEN TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

6.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Empiirinen tutkimus on havaintoihin perustuva tutkimustyyppi, jossa kerätyn tiedon perusteella tehdään johtopäätelmiä. Empiirinen tutkimus Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikkaan sen palvelun laadusta ja puitteista on tutkimusotteeltaan määrällinen, eli kvantitatiivinen. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan selvittää lukumääriin ja prosentiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Aineiston keruussa on tyypillistä käyttää standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa on valmiita vastausvaihtoehtoja. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja yleensä selvitetään eri asioiden riippuvuuksia tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan kartoitettua tutkittavan aiheen nykytilanne, mutta ei välttämättä pystytä suoraan selvittämään riittävästi asioiden syitä. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin: missä, mikä, paljonko ja kuinka usein, se kuvaa ilmiöitä numeerisen tiedon pohjalta. (Heikkilä 2014.)

Kvantitatiivisen tutkimusprosessin ensimmäisenä vaiheena on määrittää tutkimusongelma. Tämän jälkeen valitaan aihe, asetetaan tavoitteet ja hankitaan taustatietoja. Tutkimussuunnitelman laatiminen on myös tässä vaiheessa tärkeää. Tutkimussuunnitelmaa varten asetetaan tavoite, valitaan tutkimusmenetelmä, laaditaan aikataulu ja mahdollinen budjetti, päätetään tietojen hankintatavoista, määritetään perusjoukko ja otos, valitaan otantamenetelmä ja päätetään aineiston käsittelytavasta. Tiedonkeruuvälineen, eli kyselylomakkeen laatimisen jälkeen on tietojen keräysvaihe, jonka jälkeen tiedot käsitellään, analysoidaan ja tulokset raportoidaan. Näiden jälkeen voidaan tehdä johtopäätökset ja tulokset ovat valmiita hyödynnettäviksi. (Heikkilä 2014.)

Yrityksen taloudellisia lukuja seuraamalla voi saada tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä tai tyytymättömyydestä, kvantitatiivinen kyselytutkimus tarjoaa selityksiä esimerkiksi sille, mikä meni hyvin ja mikä huonosti. Kyselytutkimuksen tulokset antavat suoria toimenpiteitä asiakastyytyväisyyden ja asiakaskokemuksen parantamiseksi. Toisaalta kvantitatiivisessa tutkimuksessa on heikkoutena sen vastauksien eli erilaisten mittareiden ja indikaattorien luonne, sillä niitä ei voi laittaa niin sanotusti viivan alle, kuten kannattavuudesta kertovia lukuja. (Piekkola 2018.)

6.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää tapahtumajärjestäjien ja manageritoimistojen asiakastyytyväisyyttä Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palvelua ja puitteita kohtaan. Vastaavaa tutkimusta kyseiselle asiakasryhmälle Akustiikkaan ei ole aiemmin tehty, mutta sille koettiin olevan tarvetta toimeksiantajan näkökulmasta. Tutkimuksen tavoitteena on saada tietoa manageritoimistojen ja tapahtumajärjestäjien tyytyväisyydestä Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan kehittämistä varten. Tutkimusote on pääasiassa kvantitatiivinen, eli määrällinen.

Tutkimuksen pääongelma asetettiin seuraavasti:

- Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palvelua ja puitteita kohtaan?

Pääongelma jaettiin seuraaviin alaongelmiin:

- Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Akustiikan palveluun
 - ennen tapahtumaa
 - tapahtumapäivänä
 - tapahtuman jälkeen?
- Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Akustiikan puitteisiin tapahtuman järjestämisen osalta?

6.2.1 Kyselyn kohderyhmä

Kyselytutkimuksen kohderyhmällä, eli perusjoukolla tarkoitetaan tutkimuksen kohteena olevaa ryhmää, jota koskevia tietoja halutaan kerätä (Tilastokeskus.) Opinnäytetyöni asiakastyytyväisyyskyselyn perusjoukkoon kuuluvat manageritoimistot ja tapahtumajärjestäjät, jotka ovat järjestäneet tapahtuman tai tapahtumia Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikassa. Tämän perusjoukon suuruus oli 64 ja se valikoitui satunnaisesti aiemmin tapahtuman järjestäneistä tahoista sekä valitsemalla tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot, jotka järjestävät tapahtuman kyselyn vastausaikana 1.2.-30.4.2020.

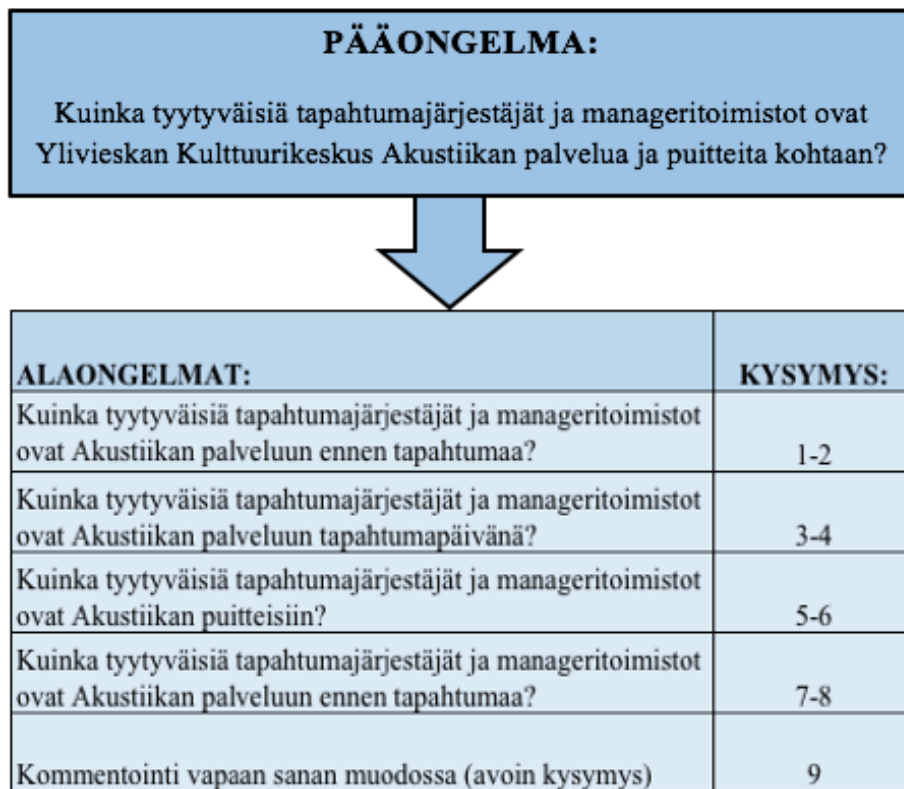
Kyselyn kohderyhmä oli järjestänyt Akustiikassa konsertteja klassisesta musiikista kevyeen musiikkiin, teatteriesityksiä, stand-up esityksiä, tanssinäytöksiä ja elokuvia. Suurin osa kohderyhmästä oli järjestä-

nyt tapahtumia Akustiikassa useamman kerran. Manageritoimistot edustavat toimiston artisteja ja esiintyjä, joten kaikki konsertit ja tapahtumat myydään sekä ostetaan manageritoimiston kautta. Tapahtumajärjestäjillä tarkoitetaan kaikkia muita tahoja, jotka järjestävät tapahtumia. Näitä voivat olla esimerkiksi yritykset, yhdistykset, järjestöt, opistot ja itsenäisesti keikkailevat esiintyjät.

6.2.2 Kyselylomakkeen laatiminen

Kyselylomakkeen laatiminen alkoi jakamalla aihealue neljään osioon tutkimuksen alaongelmien mukaan, joita olivat: tyytyväisyys palveluun ennen tapahtumaa, tapahtumapäivänä ja tapahtuman jälkeen sekä tyytyväisyys puitteisiin tapahtumapäivänä. Puitteilla tarkoitetaan tässä kyselyssä Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan tiloja toimivuuden ja siisteyden osalta sekä valo- ja äänitekniikkaa. Jokainen osio sisälsi neljä väittämää, jotka oli määritelty pakollisiksi vastata. Vastausasteikkona käytettiin järjestyks- eli ordinaaliasteikkoa, jossa oli valittavana vaihtoehdot välillä 1-6, 1. ollessa täysin eri mieltä, 2. ollessa osittain eri mieltä, 3. ollessa ei samaa eikä eri mieltä, 4. ollessa osittain samaa mieltä ja 5. ollessa täysin samaa mieltä sekä 6. ei kokemusta tai en osaa sanoa. Jokaisen neljän osion jälkeen oli mahdollista jättää siihen kuuluvia vapaamuotoisia kehittämisehdotuksia ja toiveita, sekä vapaaehtoinen avoin kysymys oli myös kyselyn lopussa vapaan sanan muodossa.

Tutkimus toteutettiin asiakastyytyväisyyskyselynä (LIITE 1) ja se luotiin Webropol-ohjelmalla. Lomake pyrittiin laatimaan selkeäksi ulkoasultaan ja sisällöltään sellaiseksi, että mahdollisimman moni vastaajista pystyisi vastaamaan väittämiin kokemuksensa perusteella. Linkki kyselylomakkeeseen lähetettiin sähköpostitse, jossa oli saateviesti tutkimuksen tarkoituksesta ja vastausten käsittelyn luottamuksellisuudesta. Saateviesti pyrittiin pitämään mahdollisimman lyhyenä ja ytimekkäänä, jotta viestin vastaanottajien mielenkiinto säilyisi. Saateviestissä kerrottiin myös, että vastaaminen vie aikaa muutaman minuutin verran. Kyselylomake testattiin toimivaksi ennen kyselyn aloittamista. Kuviossa 4 selviää kyselylomakkeen kysymysten yhteys tutkimusongelmiin.



KUVIO 4. Kyselylomakkeen kysymysten yhteys tutkimusongelmiin

6.2.3 Tutkimusaineiston keruu, käsittely ja analysointi

Tutkimusaineiston keruu suoritettiin kyselytutkimuksena 1.2.-30.4.2020 ja mittausvälineenä oli kyselylomake (LIITE 1), johon pystyi vastaamaan sähköpostitse saadun linkin kautta Internetissä. Tarkoituksena oli lähettää sähköpostiviesti parin viikon välein sellaisille tahoille, jotka olivat juuri järjestäneet konsertin tai tapahtuman Akustiikassa helmi-, maaliskuu- ja huhtikuun aikana. Tämän lisäksi tarkoituksena oli lähettää se myös muutamille sellaisille tapahtumanjärjestäjätahoille, jotka olivat useamman kerran vierailleet Akustiikassa tapahtuman järjestämisen merkeissä.

Maaliskuussa Suomessa puhjennut koronavirusepidemian vuoksi Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan kaikki konsertit ja tapahtumat peruttiin 13. maaliskuuta lähtien Ylivieskan kaupunginhallituksen linjauksen myötä toukokuun loppuun saakka. Tämä muutti suunnitelmia siten, että sähköpostiviesti lähetettiin maaliskuun 13. päivän jälkeen vain sellaiselle kohdejoukolle, jotka olivat joskus aikaisemmin

järjestäneet tapahtuman Akustiikassa. Epidemian vuoksi tehtyjen rajoitustoimien, kuten yleisötilaisuuksien kieltämisen jälkeen vastauksien määrä asiakastyytyväisyyskyselyyn laski huomattavasti, sillä useat manageritoimistot ja tapahtumanjärjestäjät olivat vallitsevassa poikkeustilassa ruuhkautuneita peruttujen tapahtumien järjestelyjen vuoksi.

Vastausajan päättymisen jälkeen tarkistettiin silmämääräisesti vastauksien avoimet kysymykset, jotta kaikki vastaukset olivat asiallisia ja pystyttiin näin ollen ottamaan mukaan tulosten analysointiin. Kaikki 19 vastaajaa pystyttiin ottamaan mukaan tulosten käsittelyyn. Kyselyn tulosten kokoamisessa ja analysoinnissa käytettiin Webropol-kysely- ja raportointiohjelmistoa sekä Excelin visualisointi- ja analyysityökalua. Tulosten analysoinnissa käytettiin palkkikaavioita, jotka havainnollistivat vastausvaihtoehtojen prosentuaaliset osuudet. Avoimet vastaukset esitettiin tekstimuotoisena listana sen tutkimuskysymyksen jälkeen, johon ne liittyivät.

6.3 Tutkimuksen luotettavuus

Luotettava kvantitatiivinen tutkimus edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta. Tutkimuksen luotettavuutta lisäävät selkeä ja tarkasti rajattu tutkimusongelma, selkeästi määritelty perusjoukko, hyvä tutkimussuunnitelma ja kyselylomake, harkiten valittu otantamenetelmä, edustava ja tarpeeksi suuri otos, sopiva tiedonkeruumenetelmä, korkea vastausprosentti, tilastollisten menetelmien hallinta sekä selkeä ja objektiivinen raportti. Tutkijan on tärkeää kriittisesti arvioida tutkimuksen luotettavuutta ja tuoda esille mahdolliset tutkimuksen luotettavuutta alentavat seikat. (Heikkilä 2014.)

Validiteetti ilmaisee teorialähtöisen tutkimuksen tulosten pätevyyttä. Validiteettiin vaikuttavia tekijöitä ovat tutkimustulosten tarkkuus, missä määrin tehdyt johtopäätökset vastaavat todellisuutta ja mittarin kykyä mitata sitä ominaisuutta tai asiaa, mitä on tarkoitus mitata. Validiteettiin vaikuttavat myös systemaattiset mittausvirheet, joiden syynä voivat olla esimerkiksi tutkija, mittari tai mittaustilanne. Teorialähtöisessä tutkimuksessa reliabiliteetti ilmaisee tutkimuksen tulosten pysyvyyttä. Reliabiliteetti viittaa johdonmukaisuuteen, täsmällisyyteen, tarkkuuteen ja kykyyn antaa tarkkoja tuloksia. Mitä enemmän tutkimuksessa on sattumanvaraisia virheitä, sitä heikompi on reliabiliteetti. Satunnaisia mittausvirheitä voivat aiheuttaa esimerkiksi tutkija, mittari, tutkittava, tilanne tai aineiston käsittely. (Kajaanin ammattikorkeakoulu.)

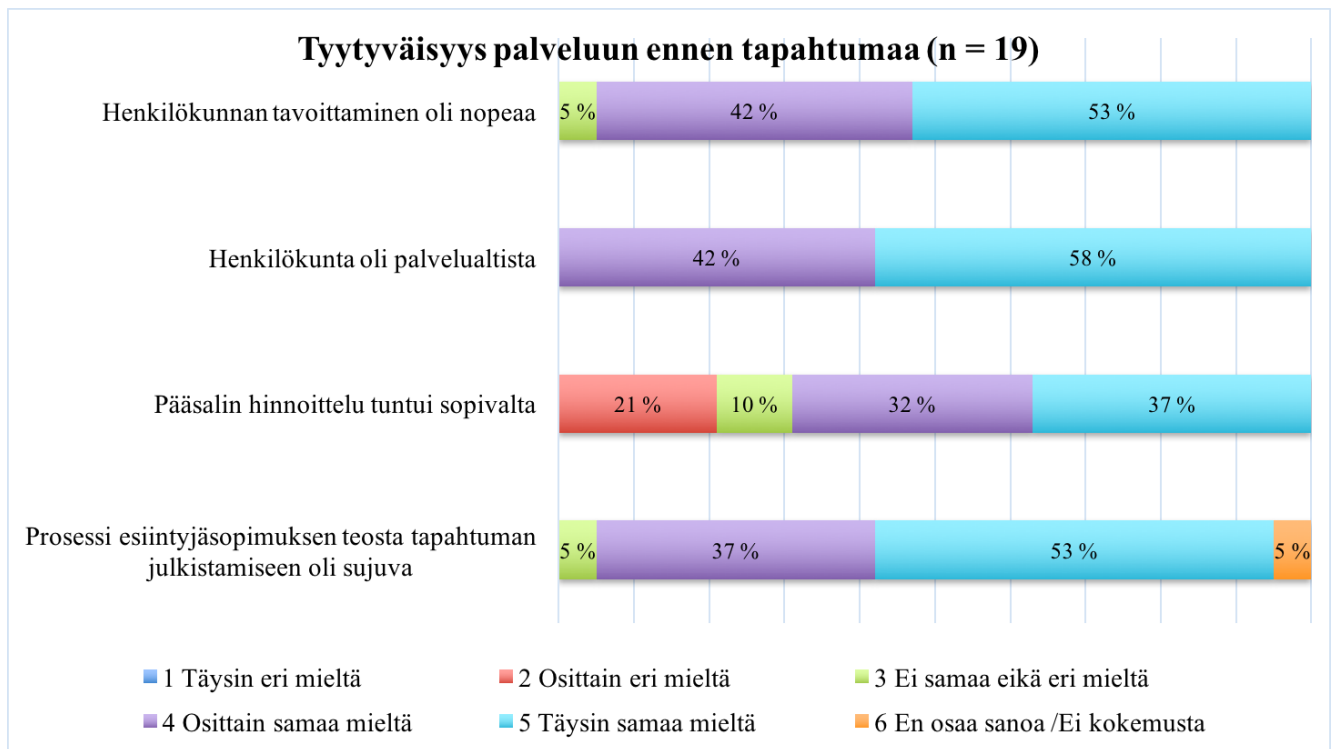
Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikassa järjestettiin 134 konsertti- ja teatteriesitystä vuonna 2018 ja vuonna 2019 niitä järjestettiin 115 (Leppänen 2020). Vuonna 2018 tapahtumia järjestäviä tahoja oli Akustiikassa noin 90, vuosittain luku vaihtelee noin 80-110 välillä. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä pohdittiin jo asiakastytyväisyystutkimuksen alkuvaiheessa. Asiakastytyväisyystutkimusta suunnitellessani määriteltiin vastausmäärätavoitteeksi 30, joka olisi noin kolmasosa vuosittaisen tapahtumajärjestäjien määrästä. Kyselyyn vastasi yhteensä 19 tapahtumajärjestäjää ja manageritoimistoa, joten vastausprosentiksi muodostui 30 prosenttia. Vastausmäärän kohdalla tavoitteeseen ei näin ollen päästy, mikä laskee tutkimuksen luotettavuutta.

Kyselylomakkeen kysymykset pyrittiin muodostamaan siten, että niihin pystyisi vastaamaan mahdollisimman moni vastaajista kokemuksensa pohjalta. Moni kohdejoukkoon kuuluvista tapahtumajärjestäjistä ja manageritoimistoista on järjestänyt tapahtuman Akustiikassa useamman kerran, joten vastaus ei perustu yhteen ainoaan kokemukseen. Usein heillä on myös paljon kokemusta vertailupohjaksi eri tapahtuman järjestämispaikoista, joten nämä seikat nostavat kyselyn luotettavuutta ja validiteettia. Kaikki tutkimukseen saadut vastaukset pystyttiin ottamaan mukaan analysoitavaksi, kyseinen prosessi suoritettiin Webropol-ohjelman avulla ja tulokset siirrettiin Excel-ohjelmaan käsiteltäviksi. Tuloksia ei siirretty esimerkiksi käsin toiseen ohjelmaan analysoitaviksi, jonka vuoksi tulosten analysointivaiheessa ei muodostunut virheitä ja näin tutkimuksen reliabiliteettia pystyttiin varmistamaan.

7 TUTKIMUSTULOKSET

7.1 Tyytyväisyys palveluun ennen tapahtumaa

Kyselyn ensimmäisessä osiossa selvitettiin vastaajien tyytyväisyyttä Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palveluun ennen tapahtumaa. Ensimmäisen osion kysymyksissä mitattiin vastaajien tyytyväisyyttä henkilökunnan tavoittamiseen, henkilökunnan palvelualltiuteen, pääsalin hinnoitteluun ja prosessin sujumiseen esiintyjäsopimuksen teosta tapahtuman julkistamiseen saakka. Kuvioista 5 käy ilmi vastaajien tyytyväisyys palveluun ennen tapahtumaa.



KUVIO 5. Tyytyväisyys Akustiikan palveluun ennen tapahtumaa

Kyselyyn vastanneet ilmaisivat olevansa tyytyväisiä henkilökunnan tavoitettavuuteen ennen tapahtumaa, lähes kaikki (95%) vastaajista ilmoitti olevansa joko täysin tai osittain samaa mieltä väittämän ”Henkilökunnan tavoittaminen oli nopeaa” kanssa. Kaikki vastaajat olivat tyytyväisiä henkilökunnan palvelualltiuteen, sillä kaikki ilmoittivat olevansa täysin tai osittain samaa mieltä asiaan liittyvän väittämän kanssa. Mitattaessa tyytyväisyyttä osiossa ennen tapahtumaa, eniten eroavaisuuksia vastauksissa tuli väittämään ”Pääsalin hinnoittelu tuntui sopivalta”, sillä noin viidennes vastaajista (21%) ilmaisi olevan osittain eri mieltä. Suurin osa, liki 70% vastaajista oli kuitenkin täysin tai osittain samaa mieltä

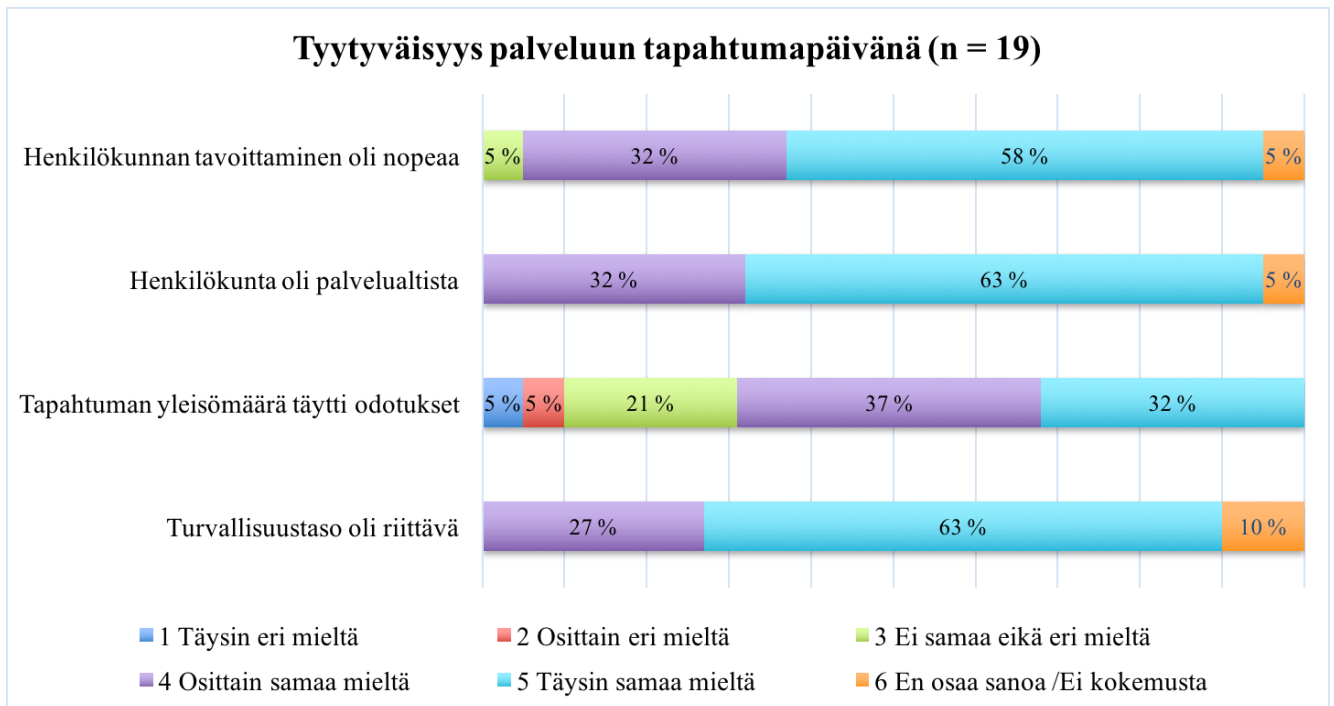
pääsalin hinnoittelun suhteen, 10% vastaajista ei ollut samaa eikä eri mieltä väittämässä. Prosessi esiintyjäsopimuksen teosta tapahtuman julkistamiseen koettiin sujuvaksi, sillä 53% vastaajista oli täysin ja 37% osittain samaa mieltä, kun taas 5% ei ollut samaa eikä eri mieltä ja 5%:lla ei ollut kokemusta asiasta tai eivät ottaneet kantaa asiaan.

Kehittämisehdotuksia ja kommentteja palveluprosessin kehittämiseksi ennen tapahtumaa tuli yhteensä kuusi kappaletta:

- Teillä on yksi tämän maan parhaiten toimivista saleista, jatkakaa samaan malliin! kiitos!
- Yhteismarkkinointia (nimenomaan maksuttomalla puolella) voisi vielä parantaa.
- Joku henkilökuntaan kuuluva paikalla koko ajan, valot, äänet.
- Sähköinen sopimus olisi kätevä.
- Teknikkoja on vaikea saada kiinni ennen tapahtumaa.
- Jatkakaa kuten tähänkin saakka!

7.2 Tyytyväisyys palveluun tapahtumapäivänä

Kyselyn toisessa osiossa selvitettiin vastaajien tyytyväisyyttä Akustiikan palveluun tapahtumapäivänä. Toisen osion kysymyksissä mitattiin vastaajien tyytyväisyyttä henkilökunnan tavoittamiseen, henkilökunnan palvelualltiuteen, tapahtuman yleisömäärään ja turvallisuuteen. Kuviosta 6 käy ilmi vastaajien tyytyväisyys palveluun tapahtumapäivänä.



KUVIO 6. Tyytyväisyys Akustiikan palveluun tapahtumapäivänä

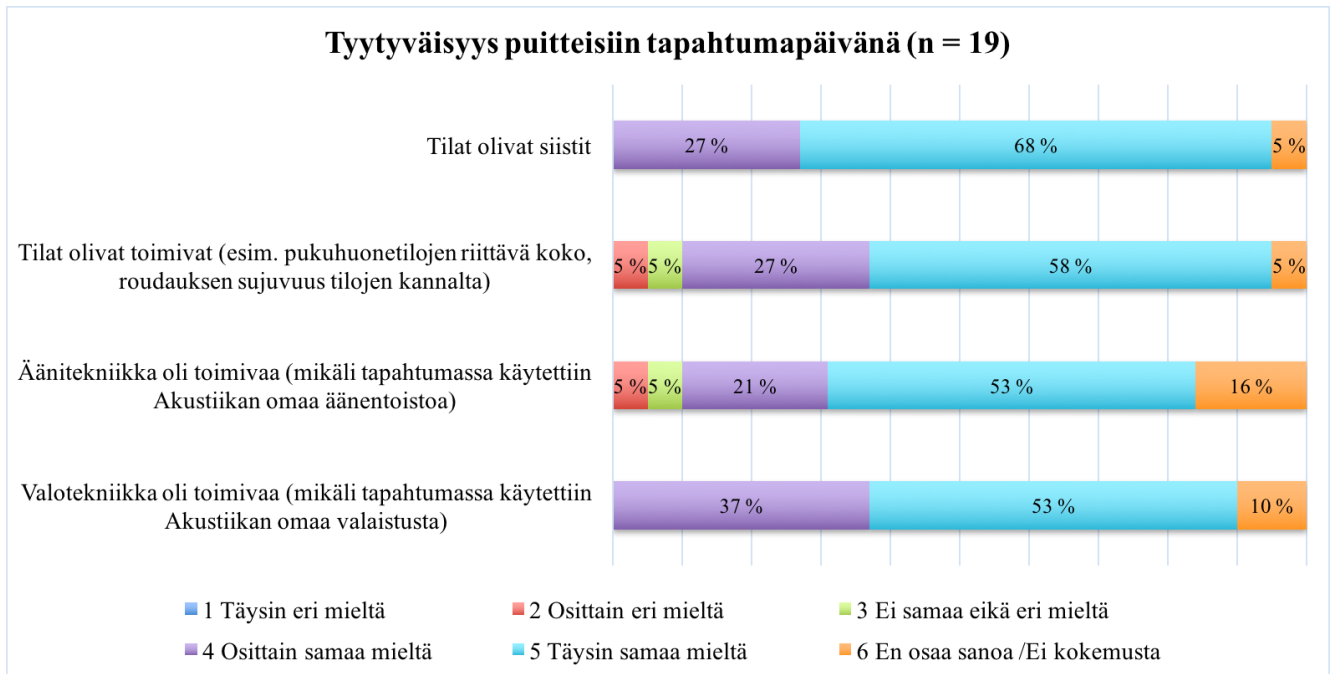
Kyselyn toisessa osiossa, jossa käsiteltiin tyytyväisyyttä palveluun tapahtumapäivänä vastaajista 58% oli täysin ja 32% osittain samaa mieltä väittämän ”Henkilökunnan tavoittaminen oli nopeaa” kanssa, 5% ei ollut samaa eikä eri mieltä ja 5% ei osannut sanoa tai heillä ei ollut kokemusta asiasta. Lähes kaikki kokivat henkilökunnan olleen palveluultista tapahtumapäivänä, sillä 95% vastaajista oli täysin tai osittain samaa mieltä, 5% ei osannut sanoa tai heillä ei ollut kokemusta henkilökunnan palveluulttiudesta tapahtumapäivänä. Eniten vastaajien kokemuksia jakoi väittämä ”Tapahtuman yleisömäärä täytti odotukset”, sillä 5% vastaajista oli täysin eri mieltä, 5% osittain eri mieltä, 21% ei ollut samaa eikä eri mieltä, mutta suurin osa (69%) ilmaisi olleensa täysin tai osittain tyytyväisiä yleisömäärään. Tapahtumapäivänä turvallisuustaso koettiin riittäväksi, sillä yli puolet (63%) oli täysin samaa mieltä ja liki kolmannes (27%) oli osittain samaa mieltä turvallisuustason riittävydestä, 10% ei osannut sanoa tai heillä ei ollut kokemusta asiasta.

Kehittämisehdotuksia ja toiveita palveluprosessin kehittämiseksi tapahtumapäivänä tuli yhteensä kaksi kappaletta:

- Ei lisättävää
- Jatkakaa kuten tähänkin saakka!

7.3 Tyytyväisyys Akustiikan puitteisiin tapahtumapäivänä

Kyselyn kolmannessa selvitettiin vastaajien tyytyväisyyttä Akustiikan puitteisiin tapahtumapäivänä. Kolmannen osion kysymyksissä mitattiin vastaajien tyytyväisyyttä tilojen siisteyteen ja toimivuuteen sekä tyytyväisyyttä valo- ja äänitekniikkaan. Puitteilla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa Akustiikan tiloja siisteyden ja toimivuuden osalta sekä valo- ja äänitekniikkaa. Tilojen toimivuudella tarkoitetaan esimerkiksi pukuhuonetilojen riittävyttä ja roudauksen sujuvuutta tilojen koon kannalta. Valo- ja äänitekniikan toimivuutta koskevat kysymykset koskivat kokemusta tai kokemuksia, jolloin tapahtumassa oli käytetty Akustiikan valaistus- ja äänentoistotekniikkaa. Kuvio 7 käy ilmi vastaajien tyytyväisyys puitteisiin.



KUVIO 7. Tyytyväisyys Akustiikan puitteisiin tapahtumapäivänä

Akustiikan puitteiden suhteen vastaajat olivat varsin tyytyväisiä, sillä yli puolet (68%) koki olevansa täysin samaa mieltä siitä, että tilat olivat siistit ja myös yli puolet (58%) oli täysin samaa mieltä, että tilat olivat toimivat. Tilojen siisteyden ja toimivuuden suhteen vastaajista 27% oli osittain samaa mieltä ja 5% ei osannut sanoa tai heillä ei ollut kokemusta asiasta. Lisäksi ”Tilat olivat toimivat” väittämään 5% vastasi olevansa osittain eri mieltä ja 5% ei ollut samaa eikä eri mieltä. Akustiikan ääni- ja valotekniikkaa kohtaan koettiin tyytyväisyyttä, sillä yli puolet (53%) oli täysin samaa mieltä niiden toimivuuden suhteen. Vastaajista 21% ilmoitti olevansa osittain samaa mieltä väittämän ”Äänitekniikka oli toimiva” kanssa, 5% oli osittain eri mieltä ja 5% ei ollut samaa eikä eri mieltä sekä 16% ei osannut sanoa tai heillä

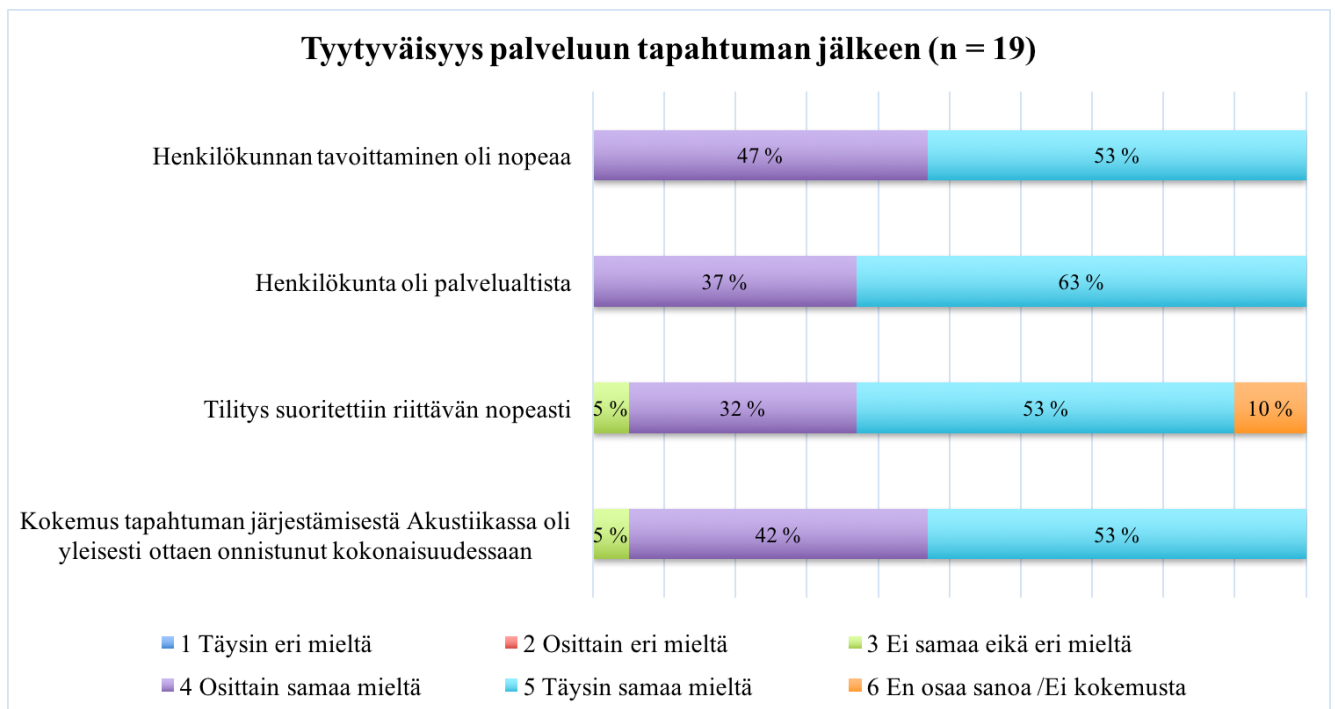
ei ollut kokemusta. Väittämään ”Valotekniikka oli toimivaa” ilmoitti vastaajista 37% olevansa osittain samaa mieltä ja 10% ei osannut sanoa tai heillä ei ollut kokemusta.

Kehittämisehdotuksia ja toiveita puitteiden kehittämiseksi tuli yhteensä kolme kappaletta:

- Ei lisättävää, erittäin palvelualtis ja joustava henkilökunta!
- Onko mahdollista mistään nähdä esim. videoita millaisia valoja/valaistusmahdollisuuksia salissa on?
- Jatkakaa kuten tähänkin saakka!

7.4 Tyytyväisyys palveluun tapahtuman jälkeen

Kyselyn neljännessä selvitettiin vastaajien tyytyväisyyttä Akustiikan palveluun tapahtumapäivän jälkeen. Neljännen osion kysymyksissä mitattiin vastaajien tyytyväisyyttä henkilökunnan tavoittamiseen, henkilökunnan palvelualltiuteen, tilityksen nopeaan suorittamiseen ja kokonaiskokemusta tapahtuman järjestämisestä Akustiikassa. Kuviosta 8 käy ilmi vastaajien tyytyväisyys tapahtuman jälkeiseen palveluun.



KUVIO 8. Tyytyväisyys Akustiikan palveluun tapahtuman jälkeen

Vastaajat ilmaisivat olleensa tyytyväisiä palveluun tapahtuman jälkeen, sillä kaikki vastaajat olivat joko täysin tai osittain samaa mieltä väittämien ”Henkilökunnan tavoittaminen oli nopeaa” ja ”Henkilökunta oli palveluultista” kanssa. Tilitys suoritettiin riittävän nopeasti lähes kaikkien vastaajien mielestä, sillä suurin osa (85%) ilmoitti olevansa täysin tai osittain samaa mieltä, 5% ei ollut samaa eikä eri mieltä ja 10%:lla ei ollut kokemusta tai eivät osanneet sanoa tilityksen riittävästä nopeudesta. Tapahtuman järjestäminen Akustiikassa koettiin yleisesti ottaen onnistuneeksi kokonaisuudessaan, sillä yli puolet (53%) oli täysin samaa mieltä, 42% osittain samaa mieltä ja 5% ei ollut samaa eikä eri mieltä.

Kehittämisehdotuksia ja toiveita tapahtuman jälkeisen palveluprosessin kehittämiseksi tuli yhteensä neljä kappaletta:

- Teostolle pitää ilmoittaa parin viikon sisällä konsertista lopullinen myynti, teidän aikatauluilla se toimii aina!
- Aina joku paikalla henkilökunnasta.
- Nykyisillä hinnoilla/yleisömäärillä en valitettavasti pysty järjestämään uutta tapahtumaa Akustiikassa.
- Jatkakaa kuten tähänkin saakka!

7.5 Avoin kysymys vapaan sanan muodossa

Vastauksia kyselyn viimeiseen avoimeen kysymykseen tuli yhteensä neljä kappaletta:

- Avatkaa pian!
- Hieno sali ja hyvä ilmapiiri.
- Kaiken kaikkiaan erittäin hyvät kokemukset. Salin vuokra kyllä jossain määrin tuntuu korkealta tällaisen vapaan harrastustoiminnan yhdistyksen näkökulmasta. Voisiko siinä olla porrastusta niin että järjestöt, yhdistykset yms. saisivat salin käyttöönsä alhaisemmalla hinnalla kuin ihan nämä ammatikseen viihdettä tekevät.
- Kiitos hyvästä yhteistyöstä!

8 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

8.1 Pohdinta ja vastaukset tutkimusongelmiin

Seuraavassa vastattiin asetettuihin tutkimusongelmiin.

Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palvelua ja puitteita kohtaan?

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada tietoa manageritoimistojen ja tapahtumajärjestäjien tyytyväisyydestä Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan kehittämistä varten. Yleisesti ottaen vastaajat kokivat olevansa tyytyväisiä Akustiikan palveluun ja puitteisiin. Kysely tuotti myös sanallisia kehitysideoita ja palautteita avointen kysymysten kautta. Tutkimuksen pääongelma: kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palvelua ja puitteita kohtaan jaettiin neljään alaongelmaan, joiden kautta saatiin vastauksia pääongelmaan. Alla on esitetty pohdintojen tuloksena vastaukset alaongelmittain.

Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Akustiikan palveluun ennen tapahtumaa?

Akustiikan palvelu koettiin pääsääntöisesti riittävän nopeaksi ja palvelualttiiksi ennen tapahtumaa. Kehittämisehdotuksia ja toiveita palveluprosessin kehittämiseen ennen tapahtumaa – avoimen kysymyksen kahden vastuksen perusteella toivottiin kehitystä tekniikasta vastaavan henkilön tavoittamisen suhteen. Avoimen kysymyksen kautta tuli myös palaute yhteismarkkinoinnin parantamisesta, etenkin maksuttomien markkinointikanavien puolella. Markkinointikanavien ja niiden sisällön olisi tärkeää pysyä ajanmukaisina ja laadukkaina. Yhteismarkkinointi tarkoittaa yritysten markkinointia yhdessä, jolloin kustannukset jaetaan osallistuvien yritysten kesken ja samoin markkinoinnista saatu hyöty jakaantuu. Yhteismarkkinointi on melko yleistä matkailukeskuksissa, kaupungeissa ja seutukunnissa, joissa toimii monia hotelleja, ravintoloita ja muita palveluita. (Fulmore 2011.) Kulttuurikeskus Akustiikan markkinointi noudattaa kokonaisuudessaan Ylivieskan kaupungin viestintä- ja markkinointiohjeistuksessa asetettuja sääntöjä ja tyyliä.

Eniten hajontaa kyselyyn vastanneiden välillä aiheutti mielipide pääsalin hinnoittelusta, sillä noin joka viides vastanneista koki olevansa osittain eri mieltä pääsalin hinnoittelun sopivuudesta. Kyselyn viimeiseen kysymykseen; kommentointi vapaan sanan muodossa sai myös yhden avoimen palautteen pääsalin vuokran hinnoittelun suhteen. Palautteessa koettiin salin vuokra jossain määrin liian korkeaksi vapaata harrastustoimintaa harjoittavan yhdistyksen näkökulmasta. Kyseisessä palautteessa toivottiin porrastusta pääsalin hinnoitteluun yhdistysten ja järjestöjen sekä ammatikseen viihdettä tekevien välillä. Akustiikan pääsalin, kuten myös muiden tilojen vuokrahinnoittelu on ollut porrastettuna ja hinnastossa on huomioitu kaupungin hallintokunnat ja ylivieskalaiset järjestöt, yhdistykset, esiintyjät ja esiintyjäryhmät. Johdtopäätöksen mukaan toive pääsalin hintaryhmien lisäämiselle olisi huomioiden myös ulkopaikkakuntalaiset järjestöt, yhdistykset ja tapahtumajärjestäjät.

Suurin osa vastaajista koki prosessin esiintyjäsopimuksen teosta tapahtuman julkistamiseksi sujuvaksi. Esiintyjäsopimuksen kehittämiseksi tuli yksi palaute avoimen kysymyksen kautta, jossa toivottiin sähköistä sopimus pohjaa. Sähköiset sopimus pohjat yleistyvät jatkuvasti, joten sen käyttöönoton mahdollisuuksia kannattaisi tutkia laajemmin.

Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Akustiikan palveluun tapahtumapäivänä?

Akustiikan palveluun ja turvallisuuden tasoon oltiin yleisesti ottaen tyytyväisiä tapahtumapäivänä. Kyselyn toisessa osiossa eniten vaihtelua saatujen vastauksien kesken oli kysymyksessä koskien tyytyväisyyttä tapahtuman yleisömäärään.

Yhdessä avoimen kysymyksen kautta saapuneessa palautteessa toivottiin jonkun henkilökunnasta olevan aina paikalla. Henkilökunnan työvuorojen suunnittelulla on suuri merkitys siihen, kuinka tapahtuman järjestäjät tavoittavat henkilökunnan. Haasteena työvuorosuunnittelussa on suuri vaihtelu tapahtumien valmisteluun tarvittavalla ajalla, sekä ennalta sovitut valmistelujen aikataulut ja käytännöt muuttuvat toisinaan vielä hyvinkin lähellä tapahtuman ajankohtaa. Tämä tuottaa haasteita henkilökunnan työvuorojen suunnittelussa, sillä todellisten tilanteiden ennustaminen on toisinaan melko haasteellista ja henkilökunnan on usein joustettava suunnitelluista työvuoroista. Lähellä tapahtumapäivää käytävä yhteydenpito esiintyjäryhmän kanssa käytännön asioista, kuten saapumisajasta ja tapahtuman valmisteluun käytettävästä ajasta on tärkeä osa tapahtumien suunnittelua ja palvelua. Kyselylomakkeen kolmanteen osioon, jossa mitattiin tyytyväisyyttä Akustiikan puitteita kohtaan, oli avoimen palautteen mukaan koettu henkilökunta erittäin palvelualttiiksi ja joustavaksi.

Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Akustiikan puitteisiin tapahtuman järjestämisen osalta?

Akustiikan tilojen siisteyden tasoon oltiin tyytyväisiä. Suurin osa vastanneista koki tilojen olevan riittävän kokoiset esiintyjäryhmän tarpeisiin nähden ja niiden olevan toimivat esimerkiksi roudauksen sujuvuuden kannalta.

Kyselyyn vastanneista niiltä, joilla oli kokemusta, kokivat Akustiikan oman valotekniikan toimivaksi ja suurin osa vastanneista koki myös äänitekniikan toimivaksi. Tyytyväisyyttä puitteisiin mittaavassa osiossa tuli yksi kehittämistoive avoimeen kysymykseen. Siinä toivottiin esimerkiksi videota, josta näkisi millaisia valo- ja valaistusmahdollisuuksia salissa on. Jonkinlainen video voisi olla hyvä tapa havainnollistaa salin valaistusmahdollisuuksia. Pää- eli konserttisaliin ja sen puitteisiin liittyen tuli kaksi palautetta avoimien kysymysten myötä. Ensimmäiseen osioon, jossa selvitettiin tyytyväisyyttä palveluun ennen tapahtumaa, saapui palaute: ”Teillä on yksi tämän maan parhaiten toimivista saleista, jatkakaa samaan malliin! Kiitos!” ja kyselytutkimuksen viimeiseen avoimeen kysymykseen vapaan sanan muodossa tuli palaute: ”Hieno sali ja hyvä ilmapiiri.”

Kuinka tyytyväisiä tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot ovat Akustiikan palveluun tapahtuman jälkeen?

Tutkimukseen vastanneet kokivat tavoittavansa henkilökunnan hyvin tapahtuman jälkeen. Henkilökunnan palvelualltiuteen oltiin myös tyytyväisiä. Tapahtumasta tehtävä tilitys koettiin suoriutuneen riittävän nopeasti tapahtuman jälkeen. Avoimen kysymyksen kautta oli myös tarkennettu tilityksen riittävän nopeaa suorittamista ja sen tärkeys nousi palautteessa esille: ”Teostolle pitää ilmoittaa parin viikon sisällä konsertista lopullinen myynti, teidän aikatauluilla se toimii aina!”. Kaiken kaikkiaan kokemus tapahtuman järjestämisestä Akustiikassa koettiin yleisesti ottaen onnistuneeksi kokonaisuudessaan. Viimeisen avoimen kysymyksen myötä saapui myös avoin palaute, jossa kiitettiin hyvästä yhteistyöstä.

Yhteenvedona tutkimuksen tuloksista voisi tiivistää johtopäätelmiin: tapahtumajärjestäjät ja manageritoimistot kokivat pääosin olevansa tyytyväisiä Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palveluun ja puitteisiin. Yksittäisiä toimintoihin liittyviä kehitysideoita tutkimuksen perusteella ovat pääsalin valaistusmahdollisuuksien havainnointi esimerkiksi videoiden avulla ja sähköisen esiintyjäsopimuksen käyttöönotto. Palveluun liittyviä kehitysideoita ovat tutkimuksen mukaan yhteismarkkinoinnin kehittäminen

etenkin maksuttomia markkinointikanavia hyödyntäen, henkilökunnan tavoittamiseen ja tekniikan henkilön paikallaoloon toivottiin parannettavaa tapahtumapäivän, sekä pääsalin hinnoitteluun toivottiin lisää porrastusta myös ulkopaikkakuntalaiset tapahtumajärjestäjät huomioon ottaen.

8.2 Tutkimuksen arviointi ja oman työskentelyn pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää tapahtumajärjestäjien ja manageritoimistojen tyytyväisyyttä koskien Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palvelua ja puitteita kohtaan. Mielestäni asetettuun tutkimusongelmaan ja sen alaongelmiin saatiin luotettavia vastauksia, ja näin ollen työn tavoite täyttyi siltä osin. Asiakastyytyväisyyttä mittaavaan kyselytutkimukseen tuli vähemmän vastauksia kuin odotettiin, mutta kaikki vastaukset pystyttiin ottamaan mukaan tutkimukseen. Odotettua alhaisempi vastausprosentti johtui oletetusti ainakin osittain kyselyn vastausaikana vallinneesta koronavirusepidemiasta ja sen vuoksi asetettujen rajoitustoimien vaikutuksesta. Akustiikkaan ei ole tehty vastaavaa tutkimusta aiemmin, joten sille koettiin olevan tarvetta. Tutkimus antoi melko alhaisesta vastausprosentista huolimatta vastauksia tapahtumajärjestäjien ja manageritoimistojen tyytyväisyyden tilasta Akustiikan palvelua ja puitteita kohtaan.

Tutkimus antoi myös suuntaa sille, millaista asiakastyytyväisyyskyselyä kannattaa luoda tämän tyyppistä tutkimusta varten. Yllättävintä oli mielestäni se, millaisia kehittämideoita avoimiin vapaan sanan muodossa jätettäviin kysymyksiin saatiin. Mielestäni avointa ja vapaamuotoista palautteenantoa olisi hyvä toteuttaa aktiivisesti tavoitellessaan kehitysehdotuksia ja toiveita tapahtumajärjestäjiltä ja manageritoimistoilta. Näin saataisiin yksityiskohtaista tietoa siitä, mitä toiminnan tai palvelun osa-alueita kohtaan koetaan kehitystarvetta. Tapahtumanjärjestämiseen liittyvillä aloilla asiakastyytyväisyystutkimuksia ei liene tehty kovinkaan paljoa, mutta kokemukseni mukaan palautteen annolle on alalla hyvin matala kynnyks niin kiitosten – kuin rakentavan palautteen suhteen.

Päätin tehdä opinnäytetyön työhöni liittyen tai työpaikalleni, mikäli työnantajaani hyödyttävä tutkimuksen aihe löytyisi. Asiakastyytyväisyyskysely tuli mieleeni ensimmäisenä aiheiden joukosta, sillä oma työnkuvani Akustiikassa on hyvin pitkälti asiakaspalvelutyötä. Työnantajani ehdotti varsin nopeasti asiakastyytyväisyyskyselyn kohderyhmäksi manageritoimistoja ja tapahtumajärjestäjiä, sillä kilpailu tapahtumapaikkojen kesken on kasvanut vuosi vuodelta.

Sovin opinnäytetyöni aloittamisesta ja sopimukset tehtiin joulukuussa 2019, toteutussuunnitelman tein tammikuun 2020 alussa. Normaalisti opinnäytetyön kirjoitusjärjestyksestä kohdallani poikettiin hieman, sillä tein ensimmäisenä lomakkeen asiakastytyväisyyskyselyä varten jo tammikuussa 2020. Tämä työjärjestys oli siitä syystä, että kyselylomake täytyi saada valmiiksi ja lähetettyä ensimmäisille kohderyhmään kuuluville jo helmikuun alussa. Katsoimme toimeksiantajan kanssa, että vastausaika olisi otollisinta olla helmikuusta huhtikuuhun, sillä silloin Akustiikassa on kevätkaudella runsaasti tapahtumia ja konsertteja. Tarkoituksena oli lähettää sähköpostiviesti parin viikon välein sellaisille tahoille, jotka olivat juuri järjestäneet konsertin tai tapahtuman Akustiikassa helmi-, maaliskuu- tai huhtikuun aikana. Tämän lisäksi tarkoituksena oli lähettää se myös muutamille sellaisille tapahtumanjärjestäjätahoille, jotka olivat useamman kerran vierailleet Akustiikassa tapahtuman järjestämisen merkeissä. Tietoperustaa kirjoitin kyselyn vastausajan, eli helmikuun alusta huhtikuun loppuun saakka.

Maaliskuun 2020 puolivälissä Suomessa puhjennut koronavirusepidemian vuoksi kaikki konsertit ja tapahtumat peruttiin Suomessa. Tämä muutti suunnitelmia siten, että sähköpostiviesti lähetettiin vain sellaisille kohdejoukkoon kuuluville, jotka olivat joskus aikaisemmin järjestäneet tapahtuman Akustiikassa. Koronaepidemian vuoksi tehtyjen rajoitustoimien, kuten yleisötilaisuuksien kieltämisen jälkeen vastauksien määrä asiakastytyväisyyskyselyyn laski huomattavasti, sillä useat manageritoimistot ja tapahtumanjärjestäjät olivat vallitsevassa poikkeustilassa ruuhkautuneita ja sittemmin toimistot olivat pitkälti suljettuina.

Tulosten raportointi osoittautui kuvittelemaani haasteellisemmaksi ja aikaa vieväksi työksi, mutta sain raportoitua ja analysoitua tulokset toukokuun loppuun mennessä. Opinnäytetyönsuunnitelmaan laatimani aikatauluun olin varannut tulosten käsittelyyn aikaa myös kesäkuun, joten tässä kohdassa suoriuduin työstä hieman suunniteltua nopeammin. Muutoin opinnäytetyö eteni alkuperäisen aikataulun mukaisesti. Opinnäytetyö oli laajuudeltaan sopiva suhteutettuna käytettävissäni olevaan aikaan. Kokonaisuudessaan opinnäytetyöprojekti sujui hyvin ja melko mutkattomasti. Odottamaani alhaisemmaksi jäänyt vastausprosentti jäi kuitenkin hieman harmittamaan. Tietoperustassa käsitellyt aiheet ovat hyvin laajoja käsitteitä, kuten asiakastytyväisyys ja sen muodostuminen. Onnistuin mielestäni hyvin rajaamaan lähdemateriaaleista saadun tiedon sovittaen sen tähän opinnäytetyöhön. Olin tyytyväinen myös aiheen valintaan ja rajaukseen. Tämän opinnäytetyön tekeminen kasvatti mielenkiintoa asiakastytyväisyyden muodostumista ja sen tutkimista kohtaan, sekä opetti tekemään asiakastytyväisyystutkimustyötä käytännössä. Kiitos kyselytutkimukseen vastanneille opinnäytetyöprojektiin osallistumisesta, tutkimuksen toimeksiantajalle toimeksiannosta ja tarvitsemistani tiedoista, sekä opinnäytetyön ohjaajalle projektin varrella saamastani avusta ja tuesta.

LÄHTEET

- Fulmore. 2011. Yhteismarkkinointi: hyviä tuloksia vähillä kustannuksilla! Saatavissa: <https://fulmore.fi/uncategorized/yhteismarkkinointi-hyvia-tuloksia-vahilla-kustannuksilla/?cookie-state-change=1590227900767>. Viitattu 20.5.2020.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy. Saatavissa: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>. Viitattu 19.2.2020.
- Honkala, N. & Laitinen, L. 2017. Näkökulmia taiteen ja kulttuurin tutkituista vaikutuksista. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/artikkelit/nakokulmia-taiteen-ja-kulttuurin-vaikutuksiin/>. Viitattu 24.2.2020.
- Kajaanin ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyöpankki, tukimateriaali: luotettavuus. Saatavissa: <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Luotettavuus>. Viitattu 13.5.2020.
- Kokkonen, O. 2016. Asiakastytyväisyys kaiken perusta. Saatavissa: <http://www.qk-karjalainen.fi/fi/artikkelit/asiakastytyvaisyys-kaiken-perusta/>. Viitattu 11.4.2020.
- Kulmat. 2015. Asiakastytyväisyys. Saatavissa: <http://www.kulmat.fi/laadun-kehittaminen/tyokaluja/asiakastytyvaisyys>. Viitattu 23.3.2020.
- Kuntaliitto. 2019a. Kunnan kulttuuritoiminta. Saatavissa: <https://www.kuntaliitto.fi/opetus-ja-kulttuuri/kunnan-kulttuuritoiminta>. Viitattu 10.2.2020.
- Kuntaliitto. 2019b. Kuntien kulttuuritoiminta. Saatavissa: <https://www.kuntaliitto.fi/opetus-ja-kulttuuri/kunnan-kulttuuritoiminta/kuntien-kulttuuritoiminta>. Viitattu 10.2.2020.
- Laki kuntien kulttuuritoiminnasta. 2019/166, § 1-9. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190166>. Viitattu 16.2.2020.
- Leivänen, K. Onko asiakastytyväisyys aidosti yksi liiketoimintamittareistasi? Saatavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/onko-asiakastytyvaisyys-aidosti-yksi-liiketoimintamittareistasi>. Viitattu 16.3.2020.
- Leppänen, K. 2020. Henkilökohtainen tiedonanto, sähköposti. 4.4.2020.
- Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789521416866>. Viitattu 20.2.2020.
- Piekkola, J. 2018. Tuloksellista asiakastytyvääisyyttä. Saatavissa: <https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/blogi/tuloksellista-asiakastytyvaisyutta.html>. Viitattu 16.3.2020.
- Tilastokeskus. Käsitteet – perusjoukko. Saatavissa: <https://www.stat.fi/meta/kas/perusjoukko.html>. Viitattu 10.5.2020.

Tirkkonen, T. 2014. Palvelun laatu – määritelmä, mittaaminen ja kehittäminen. Saatavissa: <https://terhotirkkonen.com/2014/04/29/palvelun-laatu-maaritelma-mittaaminen-ja-kehittaminen/>. Viitattu 16.3.2020.

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

Ylivieskan kaupungin kulttuuripalvelut. Saatavissa: <http://www.ylivieska.fi/kulttuuritoimi>. Viitattu 20.2.2020.

Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka. Saatavissa: <http://www.ylivieska.fi/akustiikka>. Viitattu 20.2.2020.

Tapahtumajärjestäjien ja manageritoimistojen asiakastyytyväisyyskysely Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikkaa kohtaan

Kysely toteutetaan Centria-ammattikorkeakoulun (liiketalouden koulutusohjelma) opiskelijan opinnäytetyönä ja sen toimeksiantajana on Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikka. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää manageritoimistojen ja tapahtumajärjestäjien asiakastyytyväisyyttä koskien Ylivieskan Kulttuurikeskus Akustiikan palvelua ja konserttisalia kohtaan.

Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja tutkimustuloksista ei käy ilmi kenenkään yksittäisen vastaajan tiedot. Saatuja vastauksia ja tutkimustuloksia ei käytetä mihinkään muuhun tarkoitukseen, kuin opinnäytetyöhön ja Akustiikan toiminnan kehittämiseen.

Mikäli olette järjestäneet useamman tapahtuman Akustiikassa, voitte vastata väittämiin yleisen mielikuvan perusteella.

1. TYYTYVÄISYYS PALVELUUN ENNEN TAPAHTUMAANNE *

Vastaa asteikolla: 1 = täysin eri mieltä - 5 = täysin samaa mieltä

	1	3	3	4	5	En osaa sanoa / Ei kokemusta
Henkilökunnan tavoittaminen oli nopeaa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunta oli palvelualtista *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pääsalin hinnoittelu tuntui sopivalta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prosessi esiintyjäsopimuksen teosta tapahtuman julkistamiseen oli sujuva *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Kehittämisehdotuksia ja toiveita palveluprosessin kehittämiseen ennen tapahtumaa

6. Kehittämisehdotuksia ja toiveita puitteiden kehittämiseen

7. TYYTYVÄISYYS PALVELUUN TAPAHTUMANNE JÄLKEEN *

Vastaa asteikolla: 1 = täysin eri mieltä - 5 = täysin samaa mieltä

	1	3	3	4	5	En osaa sanoa / Ei kokemusta
Henkilökunnan tavoittaminen oli nopeaa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunta oli palvelualtista *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilitys suoritettiin riittävän nopeasti *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kokemus tapahtuman järjestämisestä Akustiikassa oli yleisesti ottaen onnistunut kokonaisuudessaan *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Kehittämisehdotuksia ja toiveita palveluprosessin kehittämiseen tapahtuman jälkeen

9. Voitte jättää halutessanne kommenttinne vapaan sanan muodossa
