

Jere Jokelainen

Kyselytutkimuspohjan luominen Ruka-Kuusamo Matkailu ry:lle – tapahtumakohtaisen kokonaislaadun mittaaminen & analysointi



Restonomi (AMK)
Matkailun koulutusohjelma
Syksy 2020



**KAMK • University
of Applied Sciences**

Tiivistelmä

Tekijä(t): Jokelainen Jere

Työn nimi: Kyselytutkimuspohjan luominen Ruka-Kuusamo Matkailu ry:lle – tapahtumakohtaisen kokonaislaadun mittaaminen & analysointi

Tutkintonimike: Restonomi (AMK), Matkailun koulutusohjelma

Asiasanat: odotettu laatu, koettu laatu, asiakaskokemus, laadun kehittäminen

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli muodostaa kvantitatiivinen työkalu, joka auttaa toimeksiantajaa paitsi havainnoimaan tapahtumiensa nykytiloja, mutta myös luomaan selkeät suuntaviivat tulevien vuosien tapahtumille. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Ruka-Kuusamo Matkailu ry. Opinnäytetyön varsinaisena kehittämistehtävänä oli luoda kyselytutkimuspohja, joka mahdollistaa tapahtumakohtaisen kokonaislaadun sekä asiakastytytyvyyden mittaamisen ja analysoinnin. Kehittämistyön tuotos on rajattu käsittelemään NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumia. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostaa kaksiosaisen kokonaisuuden. Teoreettisessa viitekehyksessä asiakaskäyttäytyminen ja asiakkaan subjektiivinen laatukäsitys asettuvat vastakkain tapahtumajärjestäjän näkökulman kanssa. Tapahtumajärjestäjän näkökulman tärkeimpiä teoreettisia kokonaisuuksia ovat tapahtumien määrittelyosuus, tapahtumakohtainen laatukäsitys sekä laadun kehittämiseen liittyvät toimenpiteet.

Opinnäytetyön rakenne noudattaa tutkimuksellisen kehittämistyön kahdeksanosaista prosessia. Rakenteen sisältöpohjassa edetään systemaattisesti nykytilan havainnoinnista kehittämistehtävän määrittämiseen ja teoreettisen tietoperustan muodostamiseen. Opinnäytetyö kulminoituu konkreettisen lopputuotoksen jäsentämiseen ja julkaisuun. Lopputuotoksen jäsentämisessä on hyödynnetty sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia menetelmiä. Kvantitatiiviset menetelmät muodostavat kyselytutkimuspohjan perustan. Kvalitatiivisina menetelminä on puolestaan hyödynnetty muun muassa haastatteluja, havainnointia, benchmarkkausta ja dokumenttianalyyssejä.

Opinnäytetyön lopputuotoksena on muodostettu kvantitatiivinen kyselytutkimuspohja, joka mahdollistaa tapahtumakohtaisen kokonaislaadun sekä asiakastytytyvyyden mittaamisen ja analysoinnin. Lisäksi toimeksiantajan työtä on helpotettu luomalla tapahtumakohtaiset analysointipohjat, jotka mahdollistavat kerätyn tiedon vaivattoman järjestämisen ja käsittelyn. Lopputuotos on selkeä vaiheittainen kuvaus, joka ohjeistaa toimeksiantajaa toteuttamaan kyselytutkimuksia aina suunnitteluvaiheesta analysointivaiheeseen.

Opinnäytetyön lopputuotos toimii yleishyödyllisenä työkaluna toimeksiantajalle. Lopputuotos on ensisijaisesti suunnattu koskemaan NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumia, mutta työn rakenteellista viitekehystä voidaan hyödyntää myös muiden tapahtumien yhteydessä. Hyödynnettävyyttä lisää myös lopputuotoksen uutuusarvo: vastaavaa uudistamisperusteista kehittämistyötä ei ole toteutettu aikaisemmin.

Abstract

Author(s): Jokelainen Jere

Title of the Publication: Developing a questionnaire survey model for the Ruka-Kuusamo Tourist Association – the measurement and analysis of event quality

Degree Title: Bachelor of Hospitality Management, Tourism

Keywords: expected quality, perceived quality, customer experience, quality development

The objective of this thesis was to create a quantitative tool to assist the client in not only reviewing the current events, but also to create structural guidelines for future events. The client of this thesis was the Ruka-Kuusamo Tourism Association. The main development task was to create a questionnaire survey model which enables the measurement and analysis of event quality and customer satisfaction. The final product focuses on two events: NUTS Karhunkierros and Solstice. The theoretical framework of this thesis can be divided into two sections: customer behaviour and customers' perceived quality are contrasted with the perceptions of the event organizers. The perceptions of the organizers include defining events, event quality and quality development.

The structure of this thesis follows the eight-part process of an investigational development task. The review of the current events is followed by defining the development task and forming the theoretical framework. The thesis culminates in the creation and publication of the final product. Both quantitative and qualitative research methods were used in the creation of the output. Quantitative methods form the basis of the questionnaire survey model. Meanwhile, the qualitative methods include interviews, observation, benchmarking, and document analysis.

The final product of this thesis is a questionnaire survey model which enables the measurement and analysis of event quality and customer satisfaction. Furthermore, the workload of the client has been mitigated by creating event-specific analysis templates, thus simplifying the information management process. The final product is clearly structured and enables the client to conduct questionnaire surveys from the event planning to further analysis stage.

The final product benefits the client significantly. Despite focusing primarily on NUTS Karhunkierros and Solstice, the conceptual framework can also be used in the context of other events. Another factor emphasizing the advantage of the final product is its novelty: a similar innovation-based development task has not been implemented before.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Toimeksiantajan esittely.....	4
2.1	NUTS Karhunkierros	5
2.2	Solstice.....	5
3	Asiakaskäyttäytyminen.....	7
3.1	Tarpeet ja motivaatiotekijät.....	8
3.2	Palvelupolku	10
3.3	Laatumielikuva	12
3.4	Asiakastyytyväisyys	14
4	Näkökulmia tapahtumiin	17
4.1	Tapahtumien luokittelu	18
4.1.1	Tapahtuman sisällön mukaan	18
4.1.2	Tapahtuman koon ja vaikuttavuuden mukaan	19
4.1.3	Tapahtuman toteuttamistavan mukaan	20
4.2	Tapahtuman laatukäsite.....	21
4.3	Tapahtuman laadun kehittäminen.....	24
4.3.1	Kuiluanalyysimalli.....	25
4.3.2	SERVQUAL-malli	26
4.4	Laadukkaiden elämyksien luominen	27
4.4.1	Kokemuksista elämyksiin	29
4.4.2	SPC-ketju	31
5	Kehittämistyön lähtökohdat.....	34
5.1	Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite	35
5.2	Kyselylomake.....	36
5.2.1	Hyvän kyselylomakkeen tunnuspiirteet.....	37
5.2.2	Kysymysten laatiminen	38
5.2.3	Mittaaminen ja mitta-asteikot	40
5.3	Sisällönanalyysi.....	41
5.3.1	Aineiston yksiulotteinen tarkastelu	42
5.3.2	Aineiston kaksiulotteinen tarkastelu.....	43
5.4	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti	45

6	Kehittämistyön toteuttaminen ja tulkitseminen	46
6.1	Kehittämistyön vaiheittainen kuvaus	46
6.2	Kyselytutkimuksen lähtökohdat ja toteutus	48
6.2.1	Tutkimusongelma ja hypoteesi	49
6.2.2	Tapahtumien tunnuspiirteet	49
6.2.3	Kyselytutkimuksen tunnuspiirteet	51
6.3	Kyselylomakkeen sisältö.....	53
6.3.1	Osa 1: Taustatiedot	54
6.3.2	Osa 2: Tapahtuman toteutus	55
6.3.3	Osa 3: Tapahtuman aluetaloudelliset vaikutukset.....	57
6.3.4	Osa 4: Osallistuminen arvontaan	58
6.4	Opas analysointivaiheeseen	58
6.4.1	Aineiston yksiulotteinen tarkastelu	60
6.4.2	Aineiston kaksiulotteinen tarkastelu.....	63
6.5	Reliabiliteetin ja validiteetin tulkitseminen	66
7	Pohdinta	67
	Lähteet	71
	Liitteet	

1 Johdanto

Tapahtumamatkailu on vakiinnuttanut asemansa matkailuelinkeinon kokonaiskuvassa viime vuosikymmenten aikana. Tapahtumien myönteisiä vaikutuksia voidaan käsitellä sekä välittömien että välillisten hyötyjen näkökulmista. Välittömäksi hyödyksi tunnistetaan tapahtumiin osallistuvien henkilöiden aikaansaama matkailukulutus. Matkailukulutuksella on välillisiä kerrannaisvaikutuksia: osallistujat käyttävät rahaa myös matkailuelinkeinon ulkopuolisiin palveluihin. Vastaavat välilliset hyödyt esitetään kaksiosaisena listauksena. Ensimmäisenä hyötynä tunnistetaan matkailualueen kilpailukyvyyn kehittyminen. Tapahtumat vaikuttavat positiivisesti matkailualueen toimintaympäristöön ja alueelliseen infrastruktuuriin. Toinen hyöty linkittyy alueellisiin markkinointitoimenpiteisiin: tapahtumien huomioiminen markkinointiviestinnässä mahdollistaa alueellisen imagon kehittämisen. (Getz 2008, 403; Shone & Parry 2013, 79, 86.)

Tapahtumamatkailun vahvuudet tunnistetaan myös Gateway to Land of National Parks -hankkeessa. Hankkeen tavoitekenttä liittyy tiiviisti Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittämiseen. Lentokentän vaikutusalueen matkailu muodostaa laaja-alaisen kokonaisuuden: hankkeen kontekstissa matkailualueiden ja matkailutoimijoiden erilaisuus tunnistetaan rikkautena. Hanketoimijoiden yhteisten toimenpiteiden pääpaino keskittyy ympärivuotisen matkailun kehittämiseen sekä alueellisen matkailutyöllisyyden lisäämiseen. Yhteisten toimenpiteiden lisäksi hankkeen osatoteuttajilla on omat työpakettinsa. Työpakettien tarkoituksena on eritellä hankkeen aluekohtaiset tavoitteet – muodostuvana lopputulemana on yhtenäisen tavoitekentän omaava LoNP-alue. Opinnäytetyön varsinainen toimeksiantaja, Ruka-Kuusamo Matkailu ry, toimii yhtenä hankkeen osatoteuttajista. Muita osatoteuttajia ovat muun muassa Metsähallitus luontopalvelut, Oulun yliopisto, Syötteen Matkailuyhdistys ry, Sallan kunta, Posion kunta, Suomussalmen kunta sekä Kajaanin ammattikorkeakoulu. (EURA 2019; Ruka n.d.a.)

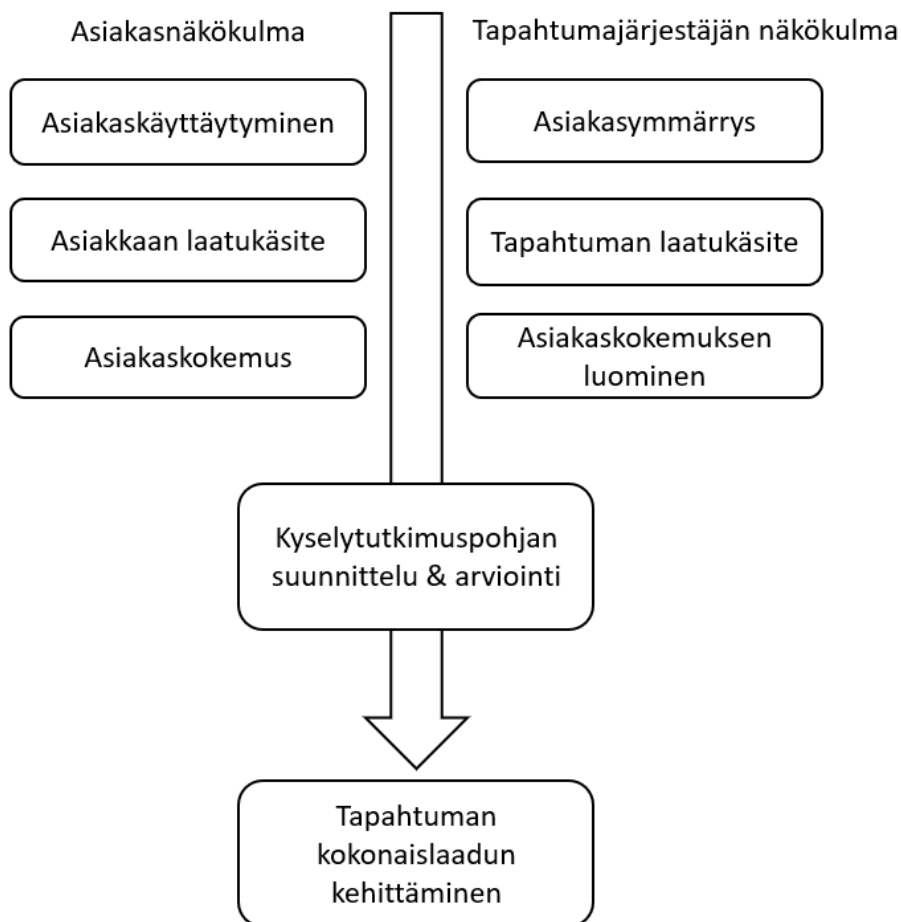
Tämä opinnäytetyö on tutkimuksellinen kehittämistyö, jonka uudistamisperusteinen lopputuotos edesauttaa Ruka-Kuusamo Matkailu ry:n toimintaa. Opinnäytetyön varsinaisena kehittämistehtävänä on luoda kyselytutkimuspohja, joka mahdollistaa tapahtumakohtaisen kokonaislaadun sekä asiakastyytyväisyyden mittaamisen ja analysoinnin. Opinnäytetyön tuotos on rajattu käsittelemään NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumia. Toimeksiantajan näkökulmasta opinnäytetyön lopputuotoksena muodostuva kyselytutkimuspohja mahdollistaa tapahtumien nykytilojen havainnoimisen, määrällisen tutkimusaineiston keräämisen sekä kerätyn aineiston analysoinnin. Lisätutkimukset mahdollistavat tapahtumien kokonaislaadun kehittämisen.

Opinnäytetyön ajankohtaisuutta ja merkitystä voidaan peilata vallitsevaan tilanteeseen. Vuoden 2020 alussa käynnistynyt COVID-19-tartuntatautiepidemia on vaikuttanut merkittävästi maailmantilanteeseen. Tartuntatauti julistettiin pandemiaksi WHO:n toimesta 11.3.2020. (Valtioneuvosto 2020, 3.) Miten pandemiatilanne on vaikuttanut kansalliseen tapahtumamatkailuun? Valtioneuvoston suosituksen mukaan julkiset kokoontumiset on rajoitettava kymmeneen henkilöön. Kokoontumisrajoituksilla pyritään ehkäisemään viruksen leviämistä. Pohjois-Suomen aluehallintoviraston linjaus noudattaa Valtioneuvoston suositusta. Päätöksen mukaan yli 10:n hengen yleisötilaisuudet ja yleiset kokoukset kielletään. (Aluehallintovirasto 2020, 1.) Valtioneuvoston 6.5.2020 antaman periaatepäätöksen mukaan koronatilanteen ehkäisytoimenpiteissä siirryttiin hybridistrategian noudattamiseen. Päätöksen myötä 10:n hengen kokoontumisrajoitukset höllennettiin 50:een henkeen. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2020, 1.)

Pandemiatilanne on muuttanut merkittävästi opinnäytetyön luonnetta. Opinnäytetyön alkupe räisenä tarkoituksena oli kerätä kvantitatiivista tutkimusaineistoa NUTS Karhunkierroksen ja Sols-ticen asiakkailta. Pandemiatilanteen vuoksi molemmat tapahtumat jouduttiin perumaan – ko-koontumisrajoitusten höllentämisestä huolimatta. Täten opinnäytetyön lähestymistapa muuttui kvantitatiivisesta tutkimuksesta tutkimukselliseksi kehittämistyöksi. Kehittämistyön lopputuotok-sena syntyvä kyselytutkimuspohja kuitenkin mahdollistaa tutkimusaineiston keräämisen ja analy-soinnin tulevien vuosien tapahtumien yhteydessä. Merkityksellisyyttä lisää myös lopputuotoksen uutuusarvo: vastaavanlaista kehittämistyötä ei ole toteutettu kyseiselle toimeksiantajalle aikai-semmin.

Opinnäytetyön rakenne noudattaa tutkimuksellisen kehittämistyön prosessia. Ensimmäisten pää-lukujen tarkoituksena on muodostaa selkeä kuva opinnäytetyön taustoista sekä toimeksiantajan toimintaympäristöstä. Seuraavien päälukujen sisältöpohjat muodostavat opinnäytetyön teoreet-tisen viitekehyksen. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys on esitetty kaksiosaisena kokonaisuutena (kuvio 1). Kokonaisuudet koostuvat asiakasnäkökulmasta sekä tapahtumajärjestäjän näkö-kulmasta. Asiakasnäkökulma koostuu pääosin asiakaskäyttäytymisen alle lukeutuvista teoriako-konaisuuksista. Lisäksi pyritään havainnoimaan asiakkaan subjektiivisen laatukäsitteen muodos-tumisprosessia. Vastakkainasetteluna asiakasnäkökulmalle toimii tapahtumajärjestäjän näkö-kulma. Tapahtumajärjestäjän näkökulman tärkeimpiä teoreettisia kokonaisuuksia ovat tapahtu-mien määrittelyosuus, tapahtumakohtainen laatukäsite sekä laadun kehittämiseen liittyvät toi-menpiteet. Laadun kehittämiseen liittyviä toimenpiteitä lähestytään Demingin (1986) laadun ke-hittämisen PDCA-mallin mukaisesti. Lisäksi pyritään havainnoimaan eroavaisuuksia muodostu-vien asiakaskokemuksien ja elämyksien välillä. Teoreettisen viitekehyksen kaksi pääkokonaisuutta

kulmineituvat kyselytutkimuspohjan suunnitteluun ja arviointiin. Kyselytutkimuspohjan suunnitteluvaiheessa huomioidaan teoriasta pinnallistuvat ilmiöt ja pyritään siirtämään ne osaksi lopputuotosta. Lisäksi opinnäytetyön tekijä pyrkii arvioimaan kriittisesti paitsi muodostuvan lopputuotoksen onnistumista, mutta myös omaa toimintaansa. Muodostuvan kyselytutkimuspohjan perimmäisenä tarkoituksena on mahdollistaa NUTS Karhunkierroksen ja Solsticen kokonaislaadun kehittäminen.

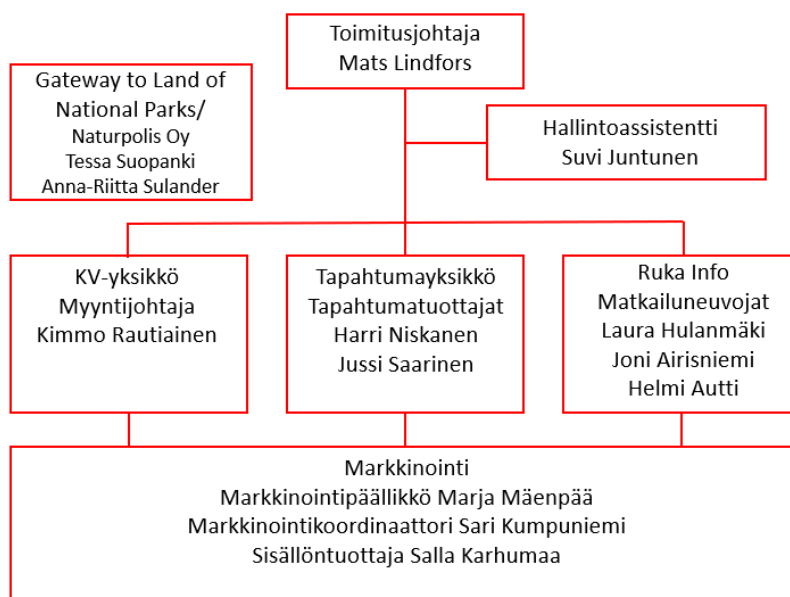


Kuvio 1. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys.

2 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyön varsinaisena toimeksiantajana toimii Ruka-Kuusamo Matkailu ry. Ruka-Kuusamo Matkailu ry on vuonna 2002 perustettu rekisteröity yhdistys, jonka perustajajäseninä toimivat Ruka-Kuusamo alueen suurimmat matkailutoimijat sekä Kuusamon kaupunki. Yhdistyksen toimenkuva pohjautuu alueelliseen matkailuelinkeinon vastuulliseen kehittämiseen. Määritetyt kehittämistoimenpiteet pitävät sisällään paitsi alueellisen toimintaympäristön kehittämisen, mutta myös alueen kansallisen sekä kansainvälisen vetovoimaisuuden ja tunnettuuden lisäämisen. Lisäksi yhdistyksen tarkoituksena on edistää matkailun alueellisia työllisyysvaikutuksia tavalla, joka huomioi alueellisten matkailuyritysten edut. Kehittämistoimenpiteiden tarkoituksena on toteuttaa alueen yrittäjien kollektiivista visiota, jonka mukaan Ruka-Kuusamon alue on kansainvälinen, maan halutuin ympärivuotinen matkailualue vuonna 2020. (Ruka n.d.c.)

Ruka-Kuusamo Matkailu ry:n organisaation perusta muodostuu yhdistyksen hallituksesta sekä käytännön toimintaa tukevista tiimeistä (kuvio 2). Hallitukseen kuuluu 5-6 varsinaista jäsentä sekä 1-2 varajäsentä. Käytännön toimintaa tukevat tiimit koostuvat esimerkiksi markkinointi- ja info-tiimistä. (Ruka n.d.d.) Opinnäytetyö sijoittuu Ruka-Kuusamo Matkailu ry:n tapahtumayksikön vastuualueelle. Kokonaisuudessaan opinnäytetyö toteutetaan tiiviissä yhteistyössä tapahtumatuottaja, Harri Niskasen, kanssa. Ruka-Kuusamo Matkailu ry:n tapahtumaportfolio on hyvin kattava, mutta opinnäytetyö on rajattu käsittelemään NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumia.



Kuvio 2. Ruka-Kuusamo Matkailu ry:n organisaatio (mukaillen Ruka n.d.d).

2.1 NUTS Karhunkierros

NUTS-tapahtumakonsepti kulminoituu polkujuoksutapahtumien järjestämiseen Suomen upeimmilla maastopoluilla (NUTS n.d.c). Tapahtumaportfolio painottuu Pohjois-Suomen alueelle: järjestettävät tapahtumat pitävät sisällään muun muassa NUTS Karhunkierroksen, NUTS Pyhän, NUTS Ylläs-Pallaksen, NUTS Köykkyrin sekä Liminka MTB:n (NUTS n.d.a). NUTS-tapahtumien varsinaisena järjestäjätahona toimii vuonna 2013 perustettu Northern Ultra Trail Service Oy. Yhtiö kuvaa itseään tiimiksi, joka keskittyy polkujuoksutapahtumien järjestämiseen pohjoissuomalaisille ultrajuoksijoille. (Finder n.d.; NUTS n.d.b.)

NUTS Karhunkierros on Oulangan kansallispuistossa järjestettävä kansainvälinen maastoultrajuoksutapahtuma. Tapahtuman eri matkat seuraavat Karhunkierros-vaellusreittiä. Reitti profiloituu erittäin haastavaksi: reitin korkeusvaihtelut, maasto ja kasvusto haastavat kokeneemmatkin polkujuoksijat. (Ruka n.d.b.) NUTS Karhunkierroksen matkat jakautuvat neljään pääluokkaan. 34 kilometrin pituinen reitti kulkee Pientä Karhunkierrosta pitkin ja päättyy Rukakeskuksen ytimeen. 55 kilometrin pituinen BUFF Trail Tour Finland -osakilpailu yhdistää Oulangan kansallispuiston jokivarsimaiset Rukan vaaramaisemiin. 83 kilometrin pituinen reitti erottautuu autenttisuudellaan: reitti loi perustan NUTS Karhunkierrokselle. Vastaavasti 166 kilometrin pituinen Ultra Trail Tour Finland -osakilpailu testaa osallistujien henkiset ja fyysiset voimavarat. (NUTS Karhunkierros n.d.b.)

Tapahtuma osoittaa vakiintumisen merkkejä niin järjestyskertojen kuin myös osallistujamäärän perusteella. Tapahtuma on järjestetty vuosittain vuodesta 2013 lähtien (NUTS Karhunkierros n.d.a). Tapahtuman eri matkat keräsivät osakseen yhteensä 2715 osallistujaa vuonna 2019 (NUTS Karhunkierros n.d.c).

2.2 Solstice

Solstice on Rukatunturin huipulla järjestettävä festivaali, joka pohjautuu vaihtoehtomusiikkiin sekä moderniin taiteeseen. Festivaalin ainutlaatuinen toimintaympäristö pyrkii luomaan osallistujilleen unohtumattomia elämyksiä. (Ruka n.d.e; Solsticefestival n.d.a.) Festivaalin musiikkitarjonnassa yhdistyvät kotimainen sekä ulkomainen tuotanto: festivaali pyrkii valikoimaan tasapuo-

lisesti ulkomaisia artisteja, paikallisia tuttavuuksia sekä nousevia tähtiä. Festivaalin kolme eri laava tarjoavat osallistujille mahdollisuuden nauttia musiikkigenrejen laajasta kirjosta. (Solsticefestival n.d.a)

Festivaalin taidekattaus täydentää musiikkitarjontaa: kombinaation tarkoituksena on luoda ainutlaatuinen ilmapiiri, joka korostaa fyysisen läsnäolon tunnetta. Taidekattaus pyrkii yhdistämään niin artistien kulttuuritaustat, taiteelliset toteutustavat kuin myös kestävät materiaalit. (Solsticefestival n.d.a.)

Kestävän kehityksen ja vastuullisten periaatteiden mukainen toiminta korostuu festivaalin jokaisella osa-alueella. Festivaali on sitoutunut noudattamaan Rukan laatimaa ympäristöohjelmaa. Kestäviä toimenpiteitä voidaan käsitellä useasta näkökulmasta. Hiilidioksidipäästöt pyritään minimoimaan hyödyntämällä vesi- ja tuulivoimaa sekä geotermistä energiaa. Festivaalin majoituspaikat sisältävät selkeät kierrätysohjeet. Festivaalin rakentamisessa puolestaan hyödynnetään paikallisesti tuotettua, uusiokäyttöistä puutavaraa. Kestäviä toimenpiteitä voidaan käsitellä myös ruokapalveluiden näkökulmasta. Solstice-festivaalin yhteistyökumppanina toimiva Hanki Baari käyttää ruoanvalmistuksessaan paikallisia raaka-aineita. Tämän lisäksi ruokatarjonnassa huomioidaan kasvisruokapohjaiset sekä vegaaniset vaihtoehdot. Ruoka- ja juomatarjontaan kytkeytyvillä panttimaksuilla sekä biohajoavilla aterimilla pyritään varmistamaan tapahtumapaikan siisteys myös festivaalin päättyessä. (Solsticefestival n.d.b.)

3 Asiakaskäyttäytyminen

Matkailukirjallisuudessa asiakaskäyttäytyminen määritellään tutkimusalaksi, jonka avulla pyritään hahmottamaan erilaisia tekijöitä asiakkaiden päätöksentekoprosessien taustalla. Asiakaskäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä voidaan käsitellä sekä sisäisten että ulkoisten vaikuttimien kautta. (Swarbrooke & Horner 1999, 3-6.) Puustinen ja Rouhiainen (2007, 76) tunnistavat matkailuelinkeinon toimintaympäristön dynaamisen luonteen, mikä vaikuttaa omalta osaltaan myös asiakaskäyttäytymiseen. Konkretian tasolla tämä tarkoittaa sitä, että erilaiset sisäiset ja ulkoiset vaikuttimet, jotka ovat vaikuttaneet asiakkaan päätöksiin aikaisemmin, eivät välttämättä päde enää nykytilanteessa. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 76.)

Tässä pääluvussa pyritään havainnoimaan eri tekijöitä asiakaskäyttäytymisen taustalla. Havainnoinnin lähtökohtana on käytetty Kotlerin (2017, 31-34) määrittämiä asiakaskäyttäytymiseen ja vallitseviin matkailumarkkinoihin vaikuttavia ydinkonsepteja. Määritetyt ydinkonseptit esitetään viisiosaisena listauksena.

1. Asiakaskohtaiset tarpeet
2. Vallitseva matkailutarjonta
3. Asiakastyytyväisyys ja asiakkaille muodostuva arvo
4. Palvelukohtamiset ja asiakassuhteet
5. Vallitsevat markkinat

Tässä pääluvussa Kotlerin (2017, 31-34) määrittelyosuus tunnustetaan selkeänä viitekehyksenä, mutta pääluvun varsinainen käsittelyosuus sisältää tiettyjä rajoituksia. Ensimmäinen rajausta liittyy valittuun näkökulmaan. Kotlerin määrittelyosuudessa asiakaskäyttäytymistä käsitellään sekä asiakkaan että matkailuyrityksen näkökulmista. Pääluvun käsittelyosuus pitää sisällään vain asiakasnäkökulman – matkailuyrityksen näkökulma tuodaan ilmi pääluvussa 4 (Näkökulmia tapahtumiin). Toinen rajausta liittyy asiakkaan subjektiiviseen laatu-käsitteeseen, joka muodostaa merkittävän osan opinnäytetyön teoreettisesta viitekehyksestä. Tässä pääluvussa asiakkaan muodostama laatu-käsite ja asiakastyytyväisyys erotetaan selkeästi toisistaan. Kolmas rajausta liittyy ydinkonseptien lineaariseen järjestykseen. Kotlerin määrittelyosuuden tarkoituksena ei ole esittää ydinkonsepteja lineaarisessa järjestyksessä. Tässä pääluvussa käsiteltävien kokonaisuuksien esitysjärjes-

tys pohjautuu asiakkaan palvelupolkuun. Muodostuvana lopputulemana voidaan havainnoida asiakkaan kulkua esipalvelu-, ydinpalvelu- ja jälkipalveluvaiheiden lävitse. Lisäksi voidaan havainnoida asiakaskäyttäytymisen muutoksia palvelun eri vaiheissa.

3.1 Tarpeet ja motivaatiotekijät

Asiakkaiden subjektiiviset tarpeet ja motivaatiotekijät vaikuttavat olennaisesti asiakaskohtaiseen käyttäytymiseen. Tarve tarkoittaa asiakkaan kokemaa toistuvaa tuntemusta siitä, että jotain olennaista puuttuu hänen elämästään. Tarpeiden katsotaan kuuluvan osaksi asiakkaan syvimpiä tuntemuksia – muodostuneet syvimmit tuntemukset ajavat asiakkaan kohti päätöksentekoa. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 148.) Lisäksi Camilleri huomioi tarpeiden välittömän korrelaation asiakkaan kokeman tyytyväisyyden kanssa: tarpeet ovat yksittäisiä tekijöitä, joita asiakas vaatii tunteakseen olonsa tyytyväiseksi (Camilleri 2018, 3).

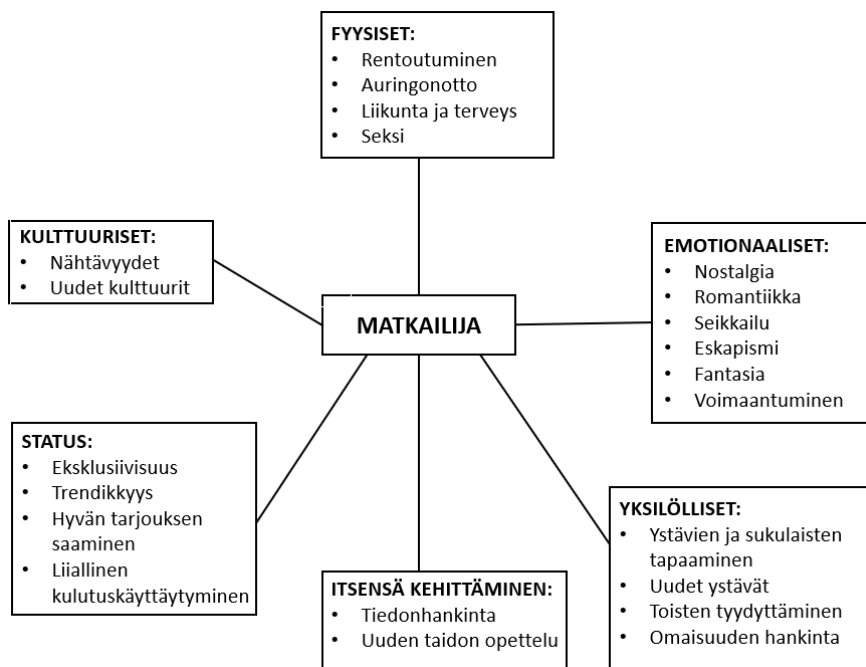
Maslow'n tarvehierarkia kuvaa ihmisten käyttäytymistä ohjaavia tarpeita. Maslow on jäsentänyt yksilölliset tarpeet viiden eri tason mukaan. Määritetyt tasot koostuvat fysiologisista tarpeista, turvallisuuteen liittyvistä tarpeista, yhteenkuuluvuuteen liittyvistä tarpeista, itsetuntoon tai itsetuntemukseen liittyvistä tarpeista sekä henkilökohtaisista muutoksista. Tasot täydentävät toisiaan: kun yksilön alemman tason tarpeet on tyydytetty, yksilö hakee seuraavan tason mukaisia kokonaisuuksia. (Maslow 1943; McLeod 2007, 2-3.) Maslow'n tarvehierarkian soveltuminen nykypäivään herättää ristiriitaisia tuntemuksia. Erityisesti korostetaan sitä, ettei yksilö välttämättä etene systemaattisessa järjestyksessä tarvehierarkian tasolta toiselle. Yksilö saattaa väistää kokonaan jonkin tason tai vastavuoroisesti tyydyttää useampien tasojen mukaisia tarpeita samanaikaisesti. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 148-149.)

Nykypäivänä Maslow'n tarvehierarkiaa soveltuvampana kuvaajana voidaan pitää esimerkiksi ostokäyttäytymiseen perustuvaa ryhmittelyä. Ostokäyttäytymiseen perustuva ryhmittely pohjautuu kaksiosaiseen luokitteluun. Luokittelun avulla pyritään kuvaamaan toiminnallisten ja hedonististen tarpeiden eroavaisuuksia. Toiminnalliset tarpeet pitävät sisällään esimerkiksi erilaiset fysiologiset tarpeet. Fysiologiset tarpeet ovat luonteeltaan tähdellisiä: yksilö tuntee tarvitsevansa tiettyjä kokonaisuuksia osana päivittäistä toimintaansa. Vastaavasti hedonistisilla tarpeilla kuvataan yksilön tunnepitoisia haluja. Hedonistiset tarpeet linkittyvät yksilön tavoittelemaan nautintoon: yksilö tuntee tarvitsevansa mielihyvän tuntemuksia tai erilaisia elämyksiä osana toimintaansa. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 149-150.)

Miten asiakaskohtaiset tarpeet ja motivaatiotekijät liittyvät toisiinsa? Tarvetta kuvataan asiakkaan yksilöllisenä puutostilana. Motivaatiotekijät vastaavasti ohjaavat asiakkaan toimintaa kohti tarpeen tyydyttämistä. Motivaatiotekijöihin rinnastettava toiminta on luonteeltaan tavoitteellista. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 152.)

Swarbrooke ja Horner (1999, 53-61) pyrkivät kuvaamaan motivaatiotekijöitä asiakkaiden päätöksentekoprosessien taustalla. Määrittelyosuudessa tunnistetaan asiakkaiden erilaisuus: jokainen asiakas on erilainen, ja täten myös subjektiiviset motivaatiotekijät eriävät. Yksilöllisten motivaatiotekijöiden muodostumisen taustalla havaitaan useita osatekijöitä. Näitä osatekijöitä ovat muun muassa asiakkaan persoonallisuus, elämäntyyli, aikaisemmat kokemukset, aikaisempi elämä, subjektiiviset näkökannat sekä imago (Swarbrooke & Horner 1999, 55).

Motivaatiotekijöiden tyypittely (kuvio 3) jakaa matkailualan yleiset motivaatiotekijät fyysisiin tekijöihin, emotionaalisiin tekijöihin, yksilöllisiin tekijöihin, itsensä kehittämiseen liittyviin tekijöihin, statustekijöihin sekä kulttuurisiin tekijöihin. Listatut motivaatiotekijät kuvaavat asiakkaan motiiveja yleisellä tasolla. Toisin sanoen, listatut motivaatiotekijät paneutuvat yleisiin syihin matkustamisen taustalla, mutta eivät välttämättä kerro, miksi asiakas matkusti tiettyyn kohteeseen tietynä ajankohtana. (Swarbrooke & Horner 1999, 53-54.)



Kuvio 3. Motivaatiotekijöiden tyypittely (mukaillen Swarbrooke & Horner 1999, 54).

Asiakkaiden motivaatiotekijöitä voidaan käsitellä myös ulkoisten vaikuttimien kautta. Swarbrooke ja Horner (1999, 64) kuvaavat jaottelussaan erilaisia ulkoisia vaikuttumia, jotka heijastuvat

asiakkaiden käyttäytymiseen. Ulkoiset vaikuttimet koostuvat lähisukulaisten näkemyksistä ja mielipiteistä, matkailutoimijoiden markkinointitoimenpiteistä, mediakanavien sisällöistä sekä erilaisista kansallisista ja globaaleista tekijöistä.

Nykyään ulkoisten vaikuttimien merkitys on korostunut entisestään. Kumar ja Reinartz (2018, 6) tuovat listauksessaan esille trenditekijöitä, jotka vaikuttavat asiakkaiden käyttäytymiseen. Esimerkiksi sosiaalinen media mahdollistaa palautteen antamisen sekä suusanallisen tiedon leviämisen. Sosiaalinen media mahdollistaa mielipiteiden jakamisen paitsi lähisukulaisten, mutta myös täysin tuntemattomien ihmisten kanssa. (Chaffey 2016; Kumar & Reinartz 2018, 7.) Lisäksi korostetaan päätöksenteon helppoutta: erilaiset mobiiliapplikaatiot sekä reaaliaikainen data helpottavat asiakkaiden päätöksentekoprosessia. Kokonaisuudessaan ulkoiset vaikuttimet ohjaavat olennaisesti asiakkaiden käyttäytymistä ja samalla asettavat entistä suuremmat vaatimukset matkailualan yrityksille. Asiakkaiden päätöksentekoprosessin taustalla vaikuttavat yksilöllisten motiivitekijöiden ja tarjottujen palvelukokonaisuuksien lisäksi myös yrityksen soveltuvuus asiakkaan arvoperustaan. (Kumar & Reinartz 2018, 9.)

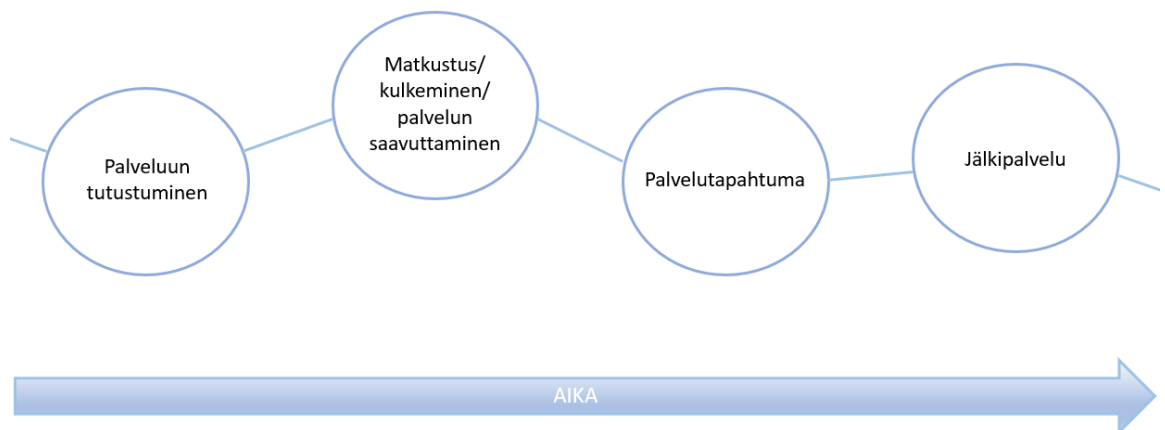
3.2 Palvelupolku

Opinnäytetyössä palvelupolkua käsitellään palvelumuotoilun näkökulmasta, sillä palvelumuotoilu omaa selkeän kehittämisaspektin. Palvelumuotoilussa kiinnitetään huomiota olemassa olevien palveluiden strategiseen kehittämiseen. Tuulaniemi (2011, 24) määrittelee palvelumuotoilun osaamisalaksi, joka yhdistää muotoilun toimintatavat palveluiden kokonaisvaltaiseen kehittämiseen. Palvelumuotoilun keskiössä ovat palveluita käyttävät ihmiset, eli asiakkaat. Asiakkaat tunnistetaan palvelutapahtumien keskeisiksi osatekijöiksi, jotka muodostavat subjektiivisen palvelukokemuksensa palvelun onnistumisen tai epäonnistumisen perusteella. (Tuulaniemi 2011, 26.) Lisäksi palvelumuotoilu tunnistetaan keinona havainnoida asiakkaiden käyttäytymistä. Yhä useammat yritykset pyrkivät hahmottamaan tekijöitä asiakkaiden päätös- ja ostoprosessien taustalla. Palvelumuotoilun työkalut mahdollistavat liiketoiminnan kehittämisen asiakkaiden muuttuneiden tarpeiden pohjalta. Prosessin lopputulemana saadaan muodostettua asiakaskeskeisempi lähestymistapa liiketoiminnalle. (Korkiakoski 2019, 45.)

Tuulaniemen (2011, 76) mukaan palvelupolku on palvelumuotoilun näkökulmasta kuin sävellys, jossa erilaiset osatekijät toimivat harmoniassa keskenään. Palvelupolku nähdään vaiheittaisena

kuvauksena, jolla voidaan havainnoida sekä asiakkaan kulkua palveluprosessin lävitse että asiakkaalle palvelusta muodostuvaa arvoa. Asiakaskohtaisen palvelupolun keskeisiä osatekijöitä ovat palvelutuokiot ja palvelun kontaktipisteet. Palvelutuokioiden ja palvelun kontaktipisteiden suhdetta voidaan kuvata kerroksellisen rakenteen avulla: palvelutuokiot koostuvat useista erillisistä kontaktipisteistä. (Tuulaniemi 2011, 78-79.)

Palvelupolkuun kuuluvia palvelutuokioita voidaan käsitellä jakamalla palvelupolku eri vaiheisiin (kuvio 4). Jaottelu mahdollistaa asiakkaalle muodostuvan arvon havainnoimisen palvelupolun eri vaiheissa. Esipalveluvaihe pitää sisällään palveluun tutustumisen sekä mahdolliset yhteydenotot palveluntarjoajaan. Esipalveluvaihe luo pohjan arvon muodostumiselle. Ydinpalveluvaihe pitää sisällään varsinaisen palvelutapahtuman. Palvelutapahtumassa asiakkaan saama arvo konkretisoi- tuu: esipalveluvaiheessa luotu mielikuva kohtaa todellisuuden. Vastaavasti jälkipalveluvaiheella kuvataan asiakkaan vuorovaikutussuhdetta palveluntarjoajaan varsinaisen palvelutapahtuman jälkeen. (Tuulaniemi 2011, 79.)



Kuvio 4. Palvelutuokiot palvelupolulla (mukaillen Tuulaniemi 2011, 79).

Palvelutuokioiden merkityksellisyys voidaan tiivistää muutamaa pääkohtaan. Palvelutuokioilla on oltava selkeä asema ja luonne. Palvelutuokioiden asemointi mahdollistaa paitsi asiakaskäyt- täytymisen havainnoimisen mutta myös asiakassuhteiden ylläpitämisen. Toiseksi korostetaan muodostuvaa palvelukokemusta. Yksittäisten palvelutuokioiden määrä ja laatu eivät itsessään vaikuta asiakkaan palvelukokemukseen, vaan kyse on palvelutuokioiden muodostamasta koko- naisuudesta. (Smith 2012, 14-15.)

Palvelun kontaktipisteet toimivat palvelutuokioiden rakennuspalasina. Kontaktipisteet puhutte- levat asiakasta: tällöin asiakas saadaan sidottua osaksi palvelutuokiota hyödyntämällä erilaisia

aistiärsykyttä. Merkittävimminä palvelun kontaktpisteinä tunnistetaan ihmiset, ympäristöt, esineet ja toimintatavat. Palvelun ihmisiin kuuluvat sekä asiakkaat että palveluntarjoajat. Asiakaspalvelun merkitystä korostetaan: palveluhenkilöstön roolit ja toimintamallit tulee määrittellä selkeästi. Ympäristöillä tarkoitetaan erilaisia tiloja, joissa palvelu toteutetaan. On tärkeä huomioida jaottelu fyysisten ja virtuaalisten ympäristöjen välillä. Fyysiset ympäristöt ohjaavat asiakkaiden käyttäytymistä sekä vaikuttavat asiakkaiden tuntemuksiin, kun taas virtuaaliset ympäristöt vaikuttavat palvelun kuluttamiseen. Virtuaalisiin ympäristöihin voidaan lukea esimerkiksi palveluntarjoajan nettisivut. Esineillä tarkoitetaan fyysisiä tavaroita, jotka luetaan kuuluvan osaksi palvelua. Esineillä voidaan tarkoittaa esimerkiksi maksuvälineitä tai avaimia. Vastaavasti toimintatavat koostuvat erilaisista ennalta määräytyistä käyttäytymismalleista, jotka näkyvät asiakkaille. (Tuulaniemi 2011, 80-82.)

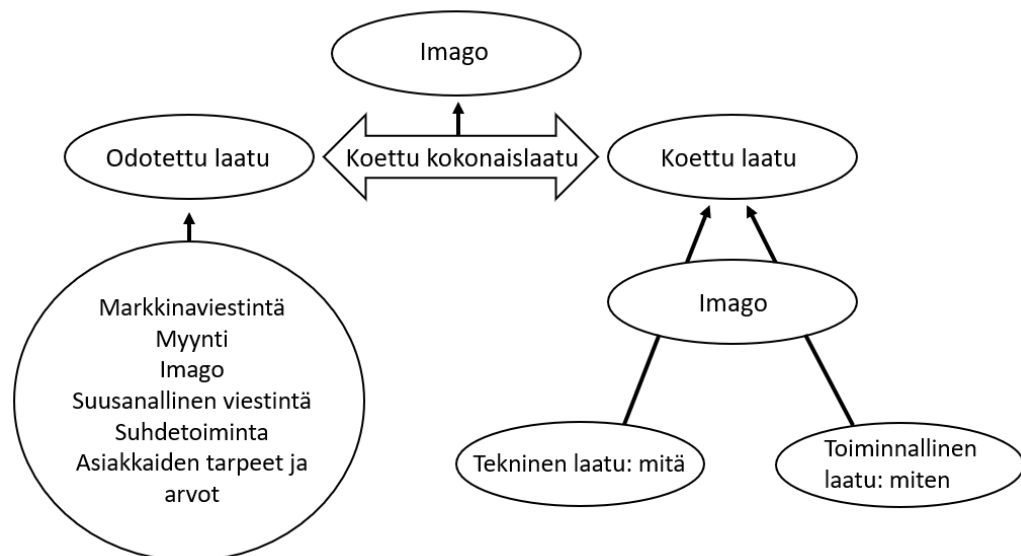
3.3 Laatumielikuva

Palvelukohtainen laatu tunnistetaan moniulotteiseksi käsitteeksi, sillä jokainen palvelua käyttävä asiakas muodostaa oman mielikuvansa laadusta. Muodostuvat mielikuvat skaalautuvat ääripäästä toiseen: jokaisella asiakkaalla on mielikuva sekä hyvästä että huonosta laadusta. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi & Matero 2005, 78.) Laatumielikuva määritellään asiakkaan subjektiiviseksi näkemykseksi palvelun eri ulottuvuuksista (Zabkar, Brencic & Dmitrovic 2010, 538). Yksi olennainen laatumielikuvaan vaikuttava ulottuvuus on palvelun hinta. Yleisen käsityksen mukaan, korkea hinta korreloi välittömästi hyvän laadun kanssa. Hintakäsityksen toisessa ääripäässä on näkemys, jonka mukaan alhainen hinta tarkoittaa huonoa laatua. (Brännare ym. 2005, 79.) On myös tärkeä huomioida laatumielikuvan käsitteen dynaaminen luonne: laatumielikuva nähdään dynaamisena muuttujana, joka vaikuttaa asiakkaan näkemyksiin ennen ostopäätöstä, ostopäätöksen aikana, palvelun kuluttamisen aikana sekä palvelun kuluttamisen jälkeen (Sanchez, Callarisa, Rodriguez & Moliner 2006, 394).

Grönroosin (2015, 105) havainnollistavassa kuviossa (kuvio 5) pyritään kuvaamaan tekijöitä subjektiivisen laatumielikuvan muodostumisen taustalla. Kuviossa asiakkaan odotettu laatu asetetaan vastakkain koetun laadun kanssa: muodostuvana lopputulemana on koettu kokonaislaatu. Asiakasnäkökulmasta koettu kokonaislaatu on hyvällä tasolla, kun koettu laatu vastaa asiakkaan subjektiivisia odotuksia. Odotusten ollessa epärealistisia, koettu kokonaislaatu on asiakasnäkökulmasta alhainen. (Grönroos 2015, 105.)

Odotetun laadun alle lukeutuvat kokonaisuudet pitävät sisällään markkinaviestinnän, myynnin, imagon, suusanallisen viestinnän, suhdetoiminnan sekä asiakkaiden tarpeet ja arvot. Markkinaviestintä koostuu sekä yrityskohtaisista markkinointitoimenpiteistä että yrityksen hallinnoimista digitaalisista ympäristöistä. Digitaalisiksi ympäristöiksi voidaan lukea muun muassa yrityksen omat verkkosivut. Imagon, suusanallisen viestinnän ja suhdetoiminnan linkittymistä asiakasikohtaisiin odotuksiin voidaan kuvata yrityksen aiempien onnistumisten kautta. Mainitut kokonaisuudet vaikuttavat asiakkaiden odotuksiin positiivisesti, mikäli asiakkaat kokevat yrityksen suoriutuneen niistä onnistuneesti aiemmin. Lisäksi asiakkaan henkilökohtaiset tarpeet ja arvot vaikuttavat olennaisesti odotettuun laatuun. (Grönroos 2015, 105-106.)

Koetulla laadulla on kaksi pääasiallista ulottuvuutta. Nämä ulottuvuudet koostuvat teknisestä laadusta sekä toiminnallisesta laadusta. Tekninen laatu kuvaa asiakkaan palvelusta saamaa lopputulosta, kun taas toiminnallinen laatu kuvaa tapahtuneen palveluprosessin osatekijöitä. Kahden pääasiallisen ulottuvuuden lisäksi myös imagolla on olennainen merkitys laatumielikuvan muodostajana. Imago määrittellään koetun laadun suodatimeksi. Suodatinajattelun mukaan asiakkaan sietokyky on korkeampi pienten virheiden osalta, mikäli asiakkaalla on positiivinen mielikuva palveluntuottajasta. Vastaavasti negatiivinen mielikuva palveluntuottajasta alentaa asiakkaan toleranssia. (Grönroos 2015, 101-102.) Koetun laadun ulottuvuuksia ja niiden suhdetta palvelun kokonaislaatuun käsitellään tarkemmin opinnäytetyön luvussa 4.2 (Tapahtuman laatukäsite).



Kuvio 5. Koettu kokonaislaatu (mukaillen Grönroos 2015, 105).

3.4 Asiakastyytyväisyys

Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä asiakastyytyväisyyden käsite on pyritty erottamaan selkeästi palvelun laatukäsitteestä. Lähestymistapa pohjautuu teoreettisessa kirjallisuudessa esiintyvään paradoksiin. Grönroos (2015, 120-121) käsittelee asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun välillä ilmenevää paradoksia kahdesta eri näkökulmasta. Ensimmäisenä näkökulmana tuodaan esille ajattelumalli, jonka mukaan asiakastyytyväisyys ja palvelun laatu ovat käsitteinä hyvin samankaltaisia, eikä niiden välillä tunnisteta eroja. Toisessa näkökulmassa oletetaan ensimmäisen väittämän olevan pätemätön: asiakastyytyväisyys ja palvelun laatu eroavat toisistaan. Käsitteiden erottelu nostaa esiin jatkokysymyksen käsitteiden välisestä järjestyksestä. Koetaanko palvelun laatu ensin ja tyytyväisyys tämän jälkeen, vai toteutuuko tapahtumaketju päinvastaisessa järjestyksessä? Loogisen analyysin mukaan asiakas kokee palvelun laadun ensin ja muodostaa oman palvelukohtaisen tyytyväisyytensä tai tyytymättömyytensä tämän jälkeen. (Grönroos 2015, 120-121.)

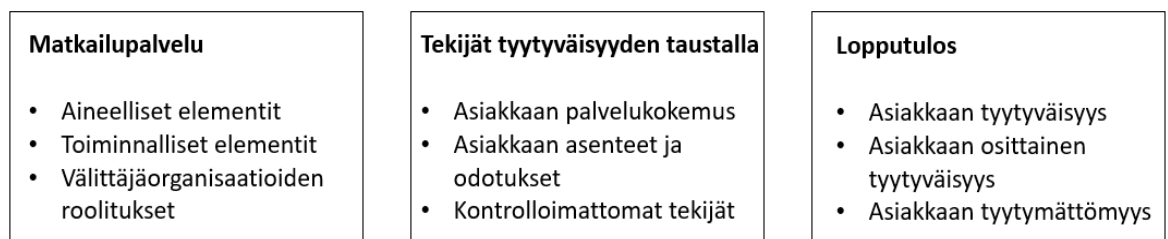
Oheinen kuvio (kuvio 6) tukee Grönroosin (2015, 120-121) ajattelumallia: kuviossa palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys erotetaan selkeästi toisistaan. Kuviossa pyritään ilmentämään tekijöitä sekä laatumielikuvan että asiakastyytyväisyyden muodostumisen taustalla. Ilmeneviä tekijöitä käsitellään asiakasnäkökulmasta. Asiakkaiden arvio palvelun laadusta perustuu palvelun eri ulottuvuuksien spesifiin havainnointiin. Palvelun eri ulottuvuuksia taas peilataan subjektiivisen erinomaisuuden käsitteeseen. Asiakas pohjaa arviointinsa kognitiivisiin-, eli tietoon perustuviin, ajattelumalleihinsa. Vastaavasti asiakaskohtainen tyytyväisyys muodostuu holistisemmän arvion lopputulemana. Asiakas muodostaa oman tyytyväisyytensä tai tyytymättömyytensä tunnistamiensa tarpeiden perusteella. Arviointi pohjautuu kognitiivisten prosessien sijaan palvelun aikana koettuihin tunteisiin. (Oliver 1997; Williams & Buswell 2003, 60.)

Palvelun laatu	Asiakastyytyväisyys
Arviointi pohjautuu palvelun yksityiskohtiin	Holistisempi arviointi
Perustuu koettuun ”erinomaisuuteen”	Perustuu asiakaskohtaisiin tarpeisiin
Luonteeltaan kognitiivista	Luonteeltaan emotionaalista

Kuvio 6. Asiakkaan arvio palvelun laadusta sekä tyytyväisyydestä (mukaillen Oliver 1997; Williams & Buswell 2003, 60).

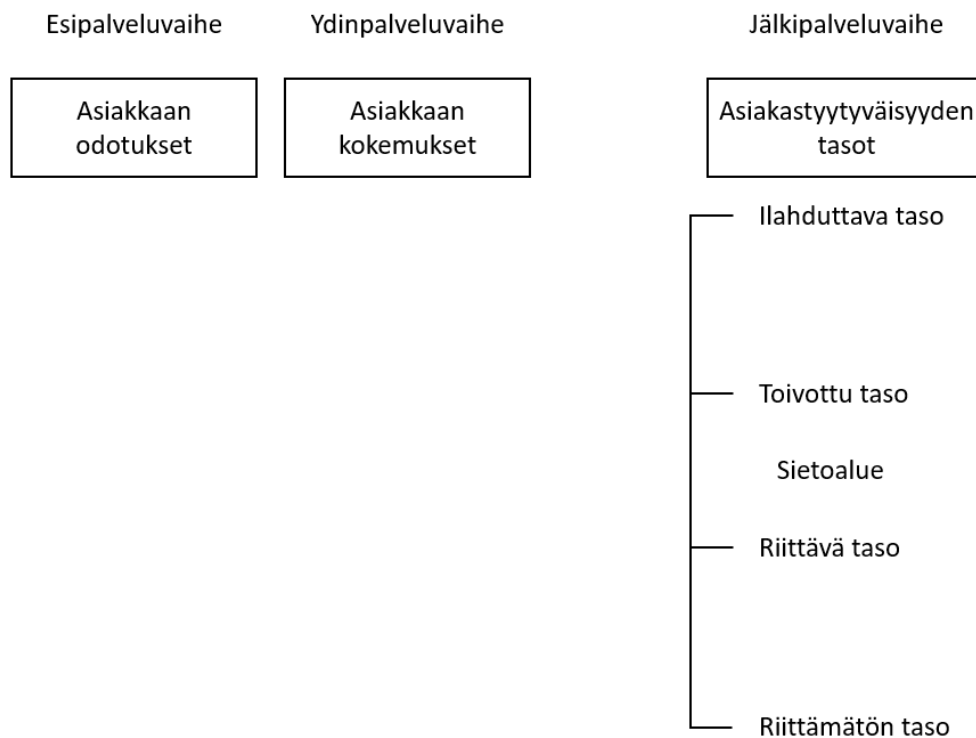
Asiakastyytyväisyyden perinteinen määrittelyosuus pohjautuu asiakkaan asettamien odotusten sekä todellisen toteuman väliseen suhteeseen. Asiakaan asettamat odotukset perustuvat esimerkiksi aikaisempiin kokemuksiin, läheisten mielipiteisiin sekä saatavilla olevaan markkinatietoon. Todellinen toteuma kulminoituu palvelun eri ulottuvuuksiin sekä palveluntuottajan suorituskykyyn. Jos todellinen toteuma vastaa asiakkaan asettamia odotuksia, asiakas on tyytyväinen. Vastaavasti todellisen toteuman jäädessä odotettua alhaisemmalle tasolle, asiakas on tyytymätön. (Kotler 2017, 33.)

Swarbrooke ja Horner (1999, 239) pyrkivät havainnollistamaan asiakastyytyväisyyden muodostumisprosessia (kuvio 7). Kuvio toimii perusteellisempänä viitekehyksenä asiakastyytyväisyydelle: muodostuvaa lopputulosta ei nähdä pelkästään tyytyväisyytenä tai tyytymättömyytenä, vaan perinteistä määrittelyosuutta moniulotteisempänä kokonaisuutena. Kuvio jakautuu kolmeen pääosiin. Pääosiot koostuvat matkailupalvelusta, erilaisista tekijöistä tyytyväisyyden taustalla sekä lopputuloksesta. Kuviossa matkailupalvelua käsitellään sen sisäisten- sekä ulkoisten komponenttien avulla. Sisäisiä komponentteja ovat palvelun fyysiset eli aineelliset elementit sekä varsinaista palveluprosessia kuvaavat toiminnalliset elementit. Ulkoisina komponentteina tunnistetaan erilaisten välittäjäorganisaatioiden roolitukset. Toinen pääosio pitää sisällään erilaiset tekijät tyytyväisyyden taustalla. Taustatekijät koostuvat asiakkaan kokemasta palvelusta, asiakkaan henkilökohtaisista asenteista, asetetuista odotuksista sekä erilaisista kontrolloimattomista tekijöistä. (Swarbrooke & Horner 1999, 239.) Kontrolloimattomat tekijät ovat kokonaisuuksia, jotka vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen, mutta joihin asiakas ei voi itse vaikuttaa millään tavalla. Esimerkkejä kontrolloimattomista tekijöistä ovat esimerkiksi lakot, sääolosuhteet sekä erilaiset poliittiset ja sosiaaliset epäkohdat matkailupalvelun toimintaympäristössä. (Swarbrooke & Horner 1999, 245.) Kolmas pääosio pitää sisällään prosessin lopputuloksen. Asiakastyytyväisyyden perinteisen määrittelyosuuden mukaan prosessin lopputulema tiivistyy joko tyytyväisyydeksi tai tyytymättömyydeksi - kuviossa huomioidaan lopputuloksen kolmiosaisuus. (Swarbrooke & Horner 1999, 239.)



Kuvio 7. Asiakastyytyväisyys prosessina (mukaillen Swarbrooke & Horner 1999, 239).

Asiakastyytyväisyyden sietoalue (kuvio 8) kuvaa tarkemmin asiakastyytyväisyyden eri tasoja. Kuvion lähtökohdaksi on asiakaskohtainen palvelupolku. Palvelupolkua pyritään havainnollistamaan esipalveluvaiheen, ydinpalveluvaiheen sekä jälkipalveluvaiheen avulla. Eri vaiheilla pyritään myös havainnollistamaan asiakaskäyttäytymisen muutoksia. Asiakastyytyväisyyden eri tasot sijoittuvat jälkipalveluvaiheeseen. (Parasuraman 1995; Williams & Buswell 2003, 62-63.) Asiakastyytyväisyyden eri tasot pyrkivät kuvaamaan asiakkaiden sietämää vaihtelua palvelutasojen välillä. Varsinainen sietoalue sijoittuu toivotun tason ja riittävän tason väliin. Toivotulla tasolla tarkoitetaan tasoa, jolla palvelun tulisi olla. Vastaavasti riittävällä tasolla kuvataan tasoa, joka on asiakasnäkökulmasta alin hyväksyttävä taso. Asiakkaan palvelukokemuksen sijoituessa sietoalueen rajojen väliin, asiakas on tyytyväinen palveluun ja palvelun laatuun. Vastaavasti asiakkaan palvelukokemuksen sijoituessa sietoalueen rajojen alapuolelle, asiakas on tyytymätön. (Grönroos 2015, 150.)



Kuvio 8. Asiakastyytyväisyyden sietoalue (mukailten Parasuraman 1995; Williams & Buswell 2003, 63).

4 Näkökulmia tapahtumiin

Tapahtuma määritellään tilaisuudeksi, joka poikkeaa jollain tavalla yksilön rutiininomaisista aktiiviteeteista. Määrittelyosuutta voidaan tarkastella myös tapahtuman tarkoituksen ja tavoitteen mukaan. Tapahtuman pääasiallinen tarkoitus on usein sidonnainen vapaa-aikaan, kulttuuriin, osallistuviin yksilöihin tai esimerkiksi jonkin organisaation toimintaan. Tapahtuman tavoitteena on luoda uusia kokemuksia osallistuville asiakkaille. Kokemusten luominen tapahtuu esimerkiksi tarjoamalla uusia oppimiskokemuksia, välittämällä viihdyttäviä sisältökokonaisuuksia tai haastamalla asiakkaiden fyysiset- ja henkiset voimavarat. (Shone & Parry 2013, 6.)

Dowson ja Bassett (2018, 2) pyrkivät syventämään määrittelyosuutta korostamalla tapahtumien tyypillisiä tunnuspiirteitä. Havaittavat tunnuspiirteet voidaan jaotella kolmeen tasapainoiseen osatekijään. Ensimmäinen osatekijä käsittelee tapahtumien suunnitelmallisuutta: tapahtuman tuottajat ovat suunnitelleet ihmisten kokoontumisen. Lisäksi tapahtumalla on oltava jokin tarkoitus. Vastaavasti tapahtumaan osallistuvat henkilöt pohjaavat osallistumisensa tarpeidensa mukaan: osallistujat haluavat esimerkiksi oppia jotain uutta tai tulla viihdytetyiksi. Toinen osatekijä käsittelee tapahtumien unohtumattomuutta. Unohtumattomuus on subjektiivista – se voi muodostua esimerkiksi kanssaosallistujien seurasta tai tapahtuman ainutlaatuisesta miljööstä. Kolmas osatekijä käsittelee tapahtumien väliaikaisuutta: tapahtumajärjestäjät ovat määrittäneet ennakoon tapahtuman alku- ja loppuajankohdan. (Dowson & Bassett 2018, 1-2.)

Opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen takia on tärkeä tuoda esille tapahtumien suhde matkailuelinkeinon kokonaiskuvaan. Suhdetta voidaan käsitellä useista näkökulmista. Ensimmäinen näkökulma käsittelee tapahtumamatkailun termiä. Tapahtumamatkailun termi on vakiinnuttanut asemansa sekä matkailuelinkeinon kokonaiskuvassa että alan tutkimuskirjallisuudessa. Vakiintuminen on tapahtunut viimeisten vuosikymmenten aikana. Toisen näkökulman mukaan tapahtumiin osallistuminen tunnistetaan matkailijan asiakaskäyttäytymiseen vaikuttavana motivaatiotekijänä. Kolmantena näkökulmana pyritään korostamaan tapahtumien kasvavaa merkitystä matkailualueen kilpailukyvyille: tapahtumat vaikuttavat merkittävästi matkailualueen kehittymiseen sekä alueellisiin markkinointitoimenpiteisiin. (Getz 2008, 403.) Lisäksi korostetaan tapahtumien merkitystä elämystalouden näkökulmasta. Tapahtumat tunnistetaan elämystalouden keskeisinä osatekijöinä. Käsitteenä elämystalous muokkaa asiakkaiden näkemyksiä kulttuurista ja vapaa-ajasta. (Getz & Page 2016, 8.)

Tässä pääluvussa pyritään paitsi avaamaan tapahtumakohtaisen kokonaislaadun muodostumista, mutta myös havainnoimaan tekijöitä asiakkaan kokeman laadun taustalla. Käsittelyosuus alkaa tapahtumien määrittelystä ja luokittelusta. Tapahtumien määrittelyllä ja luokittelulla pyritään luomaan selkeä yleiskuva aiheeseen, mikä mahdollistaa alalukujen yksityiskohtaisemman käsittelyn. Seuraavaksi paneudutaan tapahtumien laatuksitteeseen. Mistä tekijöistä tapahtumakohtainen kokonaislaatu muodostuu? Laatuksitteen hahmottaminen mahdollistaa laadun kehittämisen. Opinnäytetyössä kehittämistoimenpiteet pohjautuvat Demingin (1986) PDCA-malliin, joka toimii systemaattisena viitekehystenä laadun kehittämiseksi (Drummond & Anderson 2004, 85). Tässä opinnäytetyössä laadun kehittämistä lähestytään paitsi tunnistamalla laatuksitteen moniulotteisuus, mutta myös havainnoimalla käsitteeseen liittyviä ristiriitoja. Vastaavasti laadun mittaamisessa keskitytään pääosin kvantitatiivisiin menetelmiin. Viimeisenä pääkohtana laadun kehittämistoimenpiteitä avataan sekä strategisesta että operatiivisesta näkökulmasta. Valitut näkökulmat korostavat asiakaskeskeisyyttä: muodostuva asiakaskokemus ja palvelun elämykselliset elementit ovat keskeisessä asemassa.

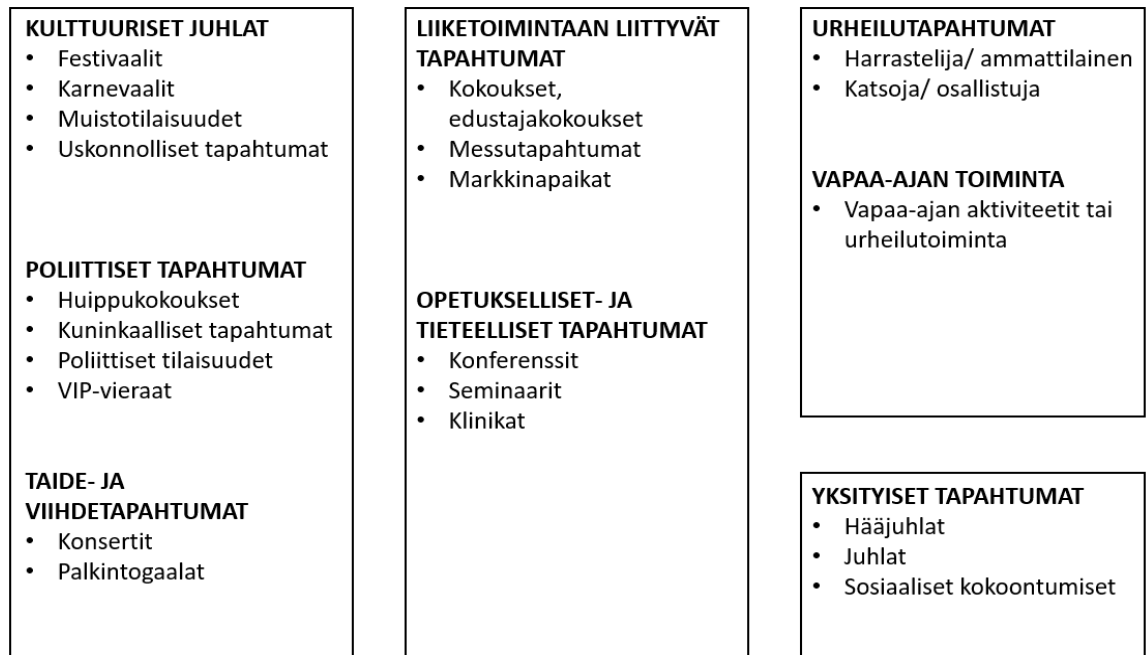
4.1 Tapahtumien luokittelu

Shone ja Parry (2013, 8) korostavat, että tapahtumien luokittelu mahdollistaa tapahtumakentän syvyyden ja laajuuden hahmottamisen. Luokitteluperusteissa on havaittavissa paitsi osittaisia päällekkäisyyksiä, mutta myös selkeitä eroavaisuuksia. Tässä alaluvussa tapahtumien luokittelu pohjautuu tapahtumien sisältöön, tapahtumien kokoon ja vaikuttavuuteen sekä tapahtumien toteutustapaan.

4.1.1 Tapahtuman sisällön mukaan

Getz (2008, 404) pyrkii luokittelemaan tapahtumia niiden sisällön mukaan (kuvio 9). Tapahtumakohtainen sisältö nähdään muodostuvan tapahtuman tarkoituksen ja ohjelman summana. Luokittelun pohjalta on muodostettu neljä pääkategoriaa. Ensimmäinen kategoria pitää sisällään yhteisölliset juhlat, jonka alle lukeutuvia kokonaisuuksia ovat muun muassa kulttuuriset juhlat, poliittiset tapaamiset sekä taiteiden ja viihteen alle kuuluvat kokonaisuudet. Ensimmäiseen kategoriaan kuuluvien tapahtumien tarkoituksena on kasvattaa paikallista tai kansallista yhtenäisyyttä. Toinen kategoria koostuu liiketoimintaan, opetukseen ja tieteeseen linkittyvistä tapahtumista.

Perimmäiset tarkoitusperät liittyvät läheisesti kaupankäyntiin ja verkostoitumiseen. Kolmas kategoria koostuu erilaisista urheilutapahtumista. Kategoriassa on huomioitu paitsi osallistujien taitotasot, mutta myös osallistumisen tasot. Osallistumisen tasot jakautuvat aktiiviseen ja passiiviseen osallistumiseen. Vastaavasti neljäs kategoria pitää sisällään yksityiset tapahtumat, kuten häät ja muut sosiaaliset kokoontumiset. (Getz 2008, 404.)



Kuvio 9. Tapahtumien tyypittely (mukaillen Getz 2008, 404).

4.1.2 Tapahtuman koon ja vaikuttavuuden mukaan

Tapahtumat vaihtelevat suuresti niiden koon ja vaikuttavuuden mukaan. Tapahtuman koon kasvaessa myös työmäärä, vastuu ja vaatimukset kasvavat eksponentiaalisesti: suuren kokoluokan tapahtuma kerää suuren osallistujamäärän lisäksi paljon medianäkyvyyttä. Suuren kokoluokan tapahtuman onnistuminen vaatii useamman vuoden suunnitteluvaiheen. (Dowson & Bassett 2018, 4). Tapahtumien luokittelu niiden koon ja vaikuttavuuden mukaan perustuu neliosaiseen kategorisointiin. Kategorisointi pitää sisällään paikalliset tapahtumat, merkittävät tapahtumat, vakiintuneet tapahtumat sekä megatapahtumat. (Bowdin, Allen, O'Toole, Harris & McDonnell 2006, 16-18.)

Paikallinen tapahtuma voi olla esimerkiksi pienessä kylässä järjestettävä tapahtuma. Tämän kokoluokan tapahtuman järjestämisessä hyödynnetään usein alueen yritysten sekä yksityishenkilöiden työpanosta. Paikallisen tapahtuman pääimmäisenä tarkoituksena on paikallisen yhtenäisyyden kasvattaminen. (Bowdin ym. 2006, 16.)

Merkittävät tapahtumat eroavat paikallisista tapahtumista niiden suuremman osallistujamäärän perusteella: osallistuvat henkilöt matkustavat tapahtumapaikalle usein myös tapahtumapaikan välittömän läheisyyden ulkopuolelta. Lisäksi merkittävät tapahtumat luovat aluetaloudellisia kerrannaisvaikutuksia: varsinaisen tapahtuman lisäksi osallistujat kuluttavat rahaa myös paikallisiin kaappoihin, ravintoloihin, kahviloihin, majoitusliikkeisiin sekä muihin yrityksiin. (Bowdin ym. 2006, 16-17.)

Vakiintuneet tapahtumat ovat tapahtumia, jotka ovat iskostuneet syväälle kuluttajien mieliin niiden sijainnin ja olemuksen takia. Tapahtuma voi olla niin vakiintunut, että se mielletään synonyyminä tietylle alueelle. (Bowdin ym. 2006, 17.)

Megatapahtumat ovat kokoluokaltaan hyvin suuria. Tämän kokoluokan tapahtumat keräävät globaalia huomiota. Joka toisena vuonna järjestettävät Olympialaiset ovat hyvä esimerkki megatapahtumasta. Tämän kokoluokan tapahtumien aikaansaamat kerrannaisvaikutukset vaikuttavat merkittävästi sekä alueelliseen että kansalliseen toimintaympäristöön. (Bowdin ym. 2006, 18.)

4.1.3 Tapahtuman toteuttamistavan mukaan

Tapahtumat voidaan luokitella myös niiden toteuttamistavan mukaan. Mahdollisuuksia tapahtuman toteuttamiseen monia: tapahtuma voidaan järjestää alusta loppuun itse tai sen järjestäminen voidaan ulkoistaa ammattimaiselle tapahtumatoimijalle. Toteuttamistavan valintaa tulee peilata moniin tekijöihin, kuten tapahtuman tavoitteeseen, kohderyhmään, aikatauluun, budjettiin, tarjolla oleviin kattotapahtumavaihtoehtoihin sekä oman organisaation osaamistasoon. (Vallo & Häyrynen 2012, 59.) Toteuttamistavat on tiivistetty neljään kokonaisuuteen. Nämä kokonaisuudet koostuvat itse rakennetuista tapahtumista, ulkoistetuista tapahtumista, ketjutetuista tapahtumista sekä kattotapahtumista (Vallo & Häyrynen 2012, 61-65).

Tapahtuminen rakentaminen itse mahdollistaa tapahtuman suunnittelun ja läpiviennin juuri omien tarpeiden ja vaatimusten pohjalta. Toiseksi tapahtuman rakentaminen itse minimoi suun-

nittelukustannukset. Vastaavia heikkouksia voidaan käsitellä niin ammattitaidon kuin myös tehokkuuden näkökulmista. Kokematon projektijohtaja joutuu resursoimaan moninkertaisen määrän omaa aikaansa tapahtuman rakentamiseen verrattuna ammattimaiseen tapahtumajärjestäjään. (Vallo & Häyrinen 2012, 61-62.)

Ulkoistetun tapahtuman järjestäminen tarkoittaa tapahtuman ostamista ulkopuoliselta toimijalta. Ulkoistamisen vahvuudet tiivistyvät käytettävään ammattitaitoon sekä omien resurssien säästämiseen. Tapahtuman ulkoistaminen mahdollistaa tapahtumatoimintaan erikoistuneiden ammattilaisten hyödyntämisen. Ulkoistetun tapahtuman järjestäminen aiheuttaa ylimääräisiä kustannuksia, mutta toisaalta säästää omia aikaresursseja. Heikkouksina voidaan nimetä muun muassa tapahtumajärjestelyjen kontrollointi sekä rajalliset vaikutusmahdollisuudet tapahtuman viestimään brändimielikuvaan. (Vallo & Häyrinen 2012, 62-63.)

Ketjutetulla tapahtumalla tarkoitetaan valmiiksi ostettujen osatekijöiden kasaamista yhteen. Muodostuvana lopputulemana on yksittäisistä palasista koostuva yhtenäinen kokonaisuus. Ketjutetun tapahtuman vahvuudet voidaan rinnastaa toiminnan helppouteen sekä selkeään kustannusrakenteeseen. Olennaisena heikkoutena on ketjutettujen osien sopivuus yhteen: muodostuva kokonaisuus voi olla epämieluisa, tai välitetty viesti täysin vääränlainen. (Vallo & Häyrinen 2012, 63-64.)

Kattotapahtumaa kuvataan konseptina, jossa ostetaan tapahtuma, jonka teema on määritetty ennakkoon. Kattotapahtuman käyttöönotto vaatii kuitenkin oman tapahtumakonseptin jäsentämisen varsinaisen kattotapahtuman alle. Kattotapahtuman vahvuus piilee sen helppoudessa – tapahtuman teemaa ei tarvitse määritellä itse. Vastaavia heikkouksia ovat muun muassa puutteelliset vaikutusmahdollisuudet vastuuorganisaation toimintaan sekä toiminnan epävarmuus. Toiminnan epävarmuus edellyttää selkeän varasuunnitelman rakentamista. (Vallo & Häyrinen 2012, 64-65.)

4.2 Tapahtuman laatukäsite

Tapahtumakohtaisen kokonaislaadun todetaan muodostuvan asiakkaan kokemukseen vaikuttavien osatekijöiden summana. Tapahtumajärjestäjän näkökulmasta tämä tarkoittaa tapahtuman palvelupolulle sijoittuvien palvelukohtaamisten muodostamaa kokonaisuutta. Laatukäsitteen kontekstissa tämä tarkoittaa muun muassa palveluprosessin laadun, teknisen laadun, ammatti-

osaamiseen liittyvän laadun sekä palvelukohtaamisiin liittyvän laadun muodostamaa kokonaisuutta. (Drummond & Anderson 2004, 84.) Opinnäytetyössä tapahtumien kokonaislaadun käsittely painottuu pääosin tutkimusalan ”Pohjoismaisen koulukunnan” muodostamiin ajattelumalleihin. Koulukuntien jaottelulla pyritään erottamaan Pohjoismaiset- sekä Pohjois-Amerikkalaiset näkemykset toisistaan. Opinnäytetyössä ”Pohjois-Amerikkalaisen koulukunnan” näkemykset tunnistetaan täydentävinä asiahaaroina. ”Pohjoismaisen koulukunnan” johtavina tutkijoina tunnistetaan Christian Grönroos sekä Evert Gummesson. (Williams & Buswell 2003, 48.) Tarkasteltavat laatu-ulottuvuudet koostuvat teknisestä eli lopputulosulottuvuudesta sekä toiminnallisesta eli prosessiulottuvuudesta (Grönroos 2015, 100-101).

Tapahtumakohtaisen laatukäsitteen havainnointi vaatii ymmärrystä palveluiden tyypillisistä tunnuspiirteistä. Tärkeimpänä tunnuspiirteenä tunnistetaan palveluiden aineettomuus: palveluita ei voida tunnustella fyysisesti ennen niiden kuluttamista tai kuluttamisen aikana. Toinen tunnuspiirre liittyy palveluiden samanaikaiseen tuottamiseen ja kuluttamiseen. Varsinainen palveluntuottaja luo edellytykset asiakkaan palvelukokemuksen muodostumiselle, kun taas asiakas, palvelun osatoteuttajana, luo viime kädessä subjektiivisen näkemyksensä palvelun onnistumisesta tai epäonnistumisesta. Kolmantena tunnuspiirteenä nostetaan esiin palvelusta muodostuvan asiakaskokemuksen heterogeenisyys. Asiakas muodostaa oman tyytyväisyytensä tai tyytymättömyytensä paitsi todellisen toteuman ja asetettujen odotusten erotuksena, mutta myös erilaisten tilannetekijöiden summana. Tapahtumien kontekstissa tilannetekijöitä voivat olla esimerkiksi asiakaspalvelun taso, palvelukohtainen jonotusaika tai muiden asiakkaiden käyttäytyminen. Vastaavasti neljäs tunnuspiirre liittyy palveluiden kertaluontoisuuteen. Kertaluontoisuutta voidaan käsitellä useasta eri näkökulmasta. Useista palvelukokonaisuuksista muodostuva tapahtuma on luonteeltaan uniikki: järjestettäessä tapahtumaa uudelleen, toteutustapa ei ole koskaan täysin samanlainen. Lisäksi korostetaan palveluiden katoavaa luonnetta. Tällä tarkoitetaan sitä, ettei tapahtumajärjestäjä tai muu palveluntarjoaja voi varastoida palveluitaan. (Drummond & Anderson 2004, 82; Shone & Parry 2013, 20-23.)

Grönroosin (2015, 100) mukaan palvelukohtaista kokonaislaatua tulee käsitellä tavalla, jolla asiakkaat sen kokevat. Yrityksen näkökulmasta kokonaislaadun havainnoimisen ei tulisi perustua pelkästään palvelun aineellisiin erityispiirteisiin, sillä asiakkaan kokema laatu on käsitteenä moniulotteisempi. Aineellisten erityispiirteiden sijaan asiakkaan subjektiivinen laatukäsite muodostuu usein palvelun toiminnallisten erityispiirteiden pohjalta. Erittelyn lopputulemana on muodostettu

palvelun kokonaislaadun kaksi varsinaista laatu-ulottuvuutta, jotka koostuvat teknisestä ja toiminnallisesta laadusta. Vastaavasti palvelukohtainen kokonaislaatu muodostuu varsinaisten laatu-ulottuvuuksien sekä yrityksen imagon summana. (Grönroos 2015, 100-103.)

Teknisen laadun ulottuvuus eli lopputulosulottuvuus kuvaa, mitä asiakas saa palvelukohtaamisesta. Asiakkaalla voi olla useita vuorovaikutuksellisia palvelukohtaisia yrityksen kanssa: koettu tekninen laatu koetaan useiden palvelukohtaamisten lopputulemana. Kyseisessä laatu-ulottuvuudessa asiakas arvioi palvelun aineellisia erityispiirteitä, mikä mahdollistaa objektiivisen mielikuvan muodostamisen. (Grönroos 2015, 101.)

Teknisen laadun lisäksi on tärkeä tarkastella palvelun toiminnallisen laadun ulottuvuutta. Toiminnallisen laadun ulottuvuus pyrkii havainnollistamaan asiakkaan kokemuksia palveluprosessista. Palveluprosessi on monikerroksinen: asiakas toimii palvelun kuluttajana ja osatoteuttajana samanaikaisesti. Asiakas arvioi toteutunutta toiminnallista laatua subjektiivisella tavalla – arviointi ei välttämättä perustu palvelun aineellisiin erityispiirteisiin. (Grönroos 2015, 101-102.)

Palveluntarjoajan imagoon liitetään useita tunnesidonnaisia peruselementtejä. Imago syntyy palveluntarjoajan tunnettuuden, maineen, päämäärien, arvojen sekä asiakkaiden muodostamien mielikuvien perusteella. (Brännare ym. 2005, 80.) Grönroos (2015, 102) mieltää imagon asiakkaan kokeman laadun suodattimeksi. Suodatinajattelun mukaan asiakkaan sietokyky on korkeampi pienten virheiden osalta, mikäli asiakkaalla on positiivinen mielikuva palveluntuottajasta. Vastaavasti negatiivinen mielikuva palveluntuottajasta alentaa asiakkaan toleranssia. Imago tunnustetaan tärkeänä kokonaisuutena, koska asiakas pystyy usein näkemään yrityskohtaiset palveluprosessit ja toimintatavat hyvin läheltä. (Grönroos 2015, 102.)

Grönroosin (2015, 100-103) ajattelumalli palvelukohtaisen kokonaislaadun ulottuvuuksista toimii hyvänä yleisen tason viitekehyksenä. Drummond ja Anderson (2004, 82-84) pyrkivät tuomaan laatuajattelun tapahtumien kontekstiin. Ajattelumallin pohjana toimii lineaarisessa aikajärjestyksessä esitetty asiakaskohtainen palvelupolku. Palvelupolun eri vaiheiden laatu-ulottuvuuksia pyritään havainnoimaan sekä asiakkaan että tapahtumajärjestäjän näkökulmista. Palvelupolku esitetään nelivaiheisena kokonaisuutena, joka koostuu esipalveluvaiheesta, saapumisesta tapahtumapaikalle, ydinpalveluvaiheesta sekä jälkipalveluvaiheesta. (Drummond & Anderson 2004, 82-84.)

Esipalveluvaiheessa tapahtumajärjestäjät voivat vaikuttaa asiakkaiden odotuksiin tuottamalla laadukasta informaatiota. Informaation laadukkuuteen vaikuttavat esimerkiksi tiedon paikkansa-

pitävyys, tekstin kieliasu ja luotu imago. Toinen huomionarvoinen kokonaisuus pitää sisällään va-
rauspalveluiden toimivuuden sekä ensimmäiset yhteydenotot palveluntarjoajan kanssa. Tapahtuman myyntihenkilökunta voi omalla ammattitaidollaan vaikuttaa merkittävästi asiakaskohtai-
siin odotuksiin. (Drummond & Anderson 2004, 82.)

Saapuessaan tapahtumapaikalle asiakas on jo luonut subjektiiviset odotuksensa. Tapahtumajär-
jestäjät voivat vastata luotuihin mielikuviin esimerkiksi pitämällä tapahtuma-alueen siistinä, luo-
malla selkeät opasteet, huolehtimalla palveluhenkilökunnan ulkoisesta olemuksesta tai tarjoa-
malla jonkin tervetuliaislahjan. Saapuminen tapahtumapaikalle valmistelee laatumielikuvan
konkretisoitumista. (Drummond & Anderson 2004, 82.)

Ydinpalveluvaiheessa asiakkaan odotukset kohtaavat todellisuuden. Tätä kohtaamista kutsutaan
niin sanotuksi totuuden hetkeksi. Tapahtumien kontekstissa on mahdoton eritellä vain yhtä to-
tuuden hetkeä, koska yksittäisten palvelukohtaamisten kirjo on hyvin laaja. Tämä vaikuttaa myös
teknisen ja toiminnallisen laadun havainnointiin. Esimerkiksi esiintyviin taiteisiin keskittyvän fes-
tiiväalin pääasiallisesti palvelukokonaisuudeksi voidaan lukea lavalla tapahtuva esitys. Vastaavana
toiminnallisen laadun ulottuvuutena voidaan nimetä esityksen mahdollistavat osatekijät, kuten
lavastajat, logistiikkavastaavat ja muu tapahtumahenkilökunta. Kokonaisuudessaan totuuden
hetkiä on monia: jokainen palvelukohtaaminen palvelupolun varrella vaikuttaa asiakkaan koke-
maan laatuun. (Drummond & Anderson 2004, 83-84.)

Jälkipalveluvaiheessa tapahtumajärjestäjät voivat vaikuttaa asiakkaiden muodostamaan laatukä-
sitteeseen muun muassa jatkamalla luotua vuorovaikutussuhdetta. Vuorovaikutussuhdetta voi-
daan jatkaa esimerkiksi palautelomakkeiden avulla tai osoittamalla kiitollisuutta asiakasta koh-
taan. Esitetyt toimet mahdollistavat paitsi vaikuttamisen asiakkaan muodostamaan laatukäsittee-
seen, mutta myös luovat selkeän pohjan pitkäaikaisille asiakassuhteille. (Drummond & Anderson
2004, 84.)

4.3 Tapahtuman laadun kehittäminen

Drummond & Anderson (2004, 85) nostavat teoksessaan esille Demingin (1986) määrittämän
PDCA-mallin, jonka tarkoituksena on toimia systemaattisena viitekehyksenä tapahtumien laadun
kehittämiseksi. PDCA-malli koostuu suunnitteluvaiheesta, tekovaiheesta, tarkastusvaiheesta sekä
muutosvaiheesta. Vaiheet muodostavat toistuvan syklin, mikä omalta osaltaan korostaa kehittä-

misprosessin luonnetta: laadun kehittäminen on jatkuvasti käynnissä oleva prosessi. Suunnittelu- vaiheessa luodaan selkeät strategiset ja operatiiviset suuntaviivat tapahtumalle. PDCA-mallin te- kovaiheessa rakennetaan tapahtumapaikan ympäristö. Ympäristön rakentaminen luo edellytyk- set laadukkaille palvelukohtaamisille. Tarkastusvaihe pitää sisällään erilaiset mittaus- ja hallin- nointitoimenpiteet, joilla voidaan havainnoida todellisen toteuman tilaa. Vastaavasti muutosvai- heessa luodaan tapahtumakohtaisia kehitysehdotuksia kerättyjen mittaustulosten pohjalta. (Drummond & Anderson 2004, 85.) Lisäksi Grönroos (2015, 100) pyrkii painottamaan laatu- käsitteen määrittämisen tärkeyttä laatuhankeiden alkuvaiheessa. Erityisesti korostetaan sitä, että laatu- käsitteen suppea määrittäminen johtaa vain pintapuolisiin laatuhankeisiin. Täten laatu- hanketta suunnittelevan yrityksen on havainnoidava laadun eri ulottuvuuksia perusteellisesti.

4.3.1 Kuiluanalyysimalli

Tapahtuman laadun kehittämisen kontekstissa on huomioitava asiakkaan odotusten ja todellisen toteuman välinen kuilu. Kotler (2017, 582) tuo teoksessaan esille Parasuramanin, Berryn ja Zeithamlin (1985) määrittämän palvelukohtaisen kuiluanalyysimallin. Laadittu kuiluanalyysimalli pohjautuu viiteen selkeästi erottuvaan kuiluun. Analyysi on toteutettu kaksiulotteisesti: käsitel- tävät näkökulmat muodostavat selkeän vastakkainasettelun asiakas- ja yritysnäkökulmien välille. (Kotler 2017, 582-585.)

Ensimmäinen kuilu pitää sisällään asiakkaan odotusten ja palveluyrityksen johdon näkemysten välisen kuilun. Konkretian tasolla tämä tarkoittaa sitä, että palveluyrityksen johto pyrkii havain- noimaan asiakaskohtaisia tarpeita ja motivaatiotekijöitä, mutta havaitut tulokset eivät välttä- mättä välity tarjottaviin palveluihin. Asiakaskohtaiset tarpeet muuttuvat jatkuvasti, mikä tarkoit- taa, että tarjottavan palvelunkin on pystyttävä uusiutumaan. Mikäli uusiutumista ei tapahdu, asia- kas ei ole tyytyväinen kokemaansa palvelutasoon. (Kotler 2017, 582.)

Toinen kuilu koostuu palveluyrityksen johdon näkemysten ja palvelukohtaisten laatu-ulottuvuu- kien välisestä kuilusta. Asiakaskohtaiset tarpeet ja motivaatiotekijät pitää pystyä siirtämään osaksi palvelun laadukasta toteutusta. Toisen kuilun taustalla tunnistetaan neljä tasapainoista syytä. Ensimmäisenä syynä mainitaan välinpitämättömyys palvelukohtaisia laatu-ulottuvuuksia kohtaan. Toisena syynä korostetaan palveluyrityksen johdon puutteellisia näkemyksiä palvelui-

den toteutusmahdollisuuksista. Kolmantena syynä nostetaan esiin palveluhenkilökunnan tehtävien standardoimattomuus. Vastaavasti neljäntenä syynä nimetään yrityskohtaisten tavoitteiden puuttuminen. (Kotler 2017, 582-583.)

Kolmas kuilu linkittyy palvelun toiminnalliseen laatuun. Kyseisessä kuilussa palveluyrityksen johto on pystynyt havainnoimaan asiakkaiden tarpeita ja motivaatiotekijöitä, ja siirtämään ne osaksi palveluiden toteutusta. Kyseisessä skenaariossa ongelman kulminaatiopisteenä on palveluhenkilökunta: palveluhenkilökunnan ammattiosaaminen on riittämättömällä tasolla, mikä vaikuttaa asiakaskohtaisiin näkemyksiin palvelun kokonaislaadusta. Kuilu kasvaa edelleen, mikäli palveluyrityksen johto olettaa palveluhenkilökunnan suoriutuvan riittävällä tasolla. Tällöin palvelukohtaisia muutoksia ei tehdä ajoissa. (Kotler 2017, 584.)

Neljäs kuilu pyrkii kuvaamaan eroavaisuutta palvelun laadun sekä ulkoisen markkinointiviestinnän välillä. Konkretian tasolla tämä tarkoittaa tilannetta, jossa palveluyritys luo ylikorostetun tai romantisoidun kuvan omasta palvelutarjonnastaan tai palvelutarjonnan laadusta. Tilanteessa asiakas tekee ostopäätöksensä houkuttelevan markkinointiviestinnän perusteella – ydinpalveluvaiheen totuuden hetkessä palvelun laadun todellinen toteuma kuitenkin realisoituu asiakkaalle. Lopputulemana asiakas on tyytymätön koettuun palveluun. (Kotler 2017, 584-585.)

Vastaavasti viides kuilu käsittelee asiakkaan odotusten ja todellisen toteuman välistä kuilua. Asiakkaan asettamien laatuodotusten vastatessa todellisuutta, asiakas on tyytyväinen. Tyytymättömyys taas muodostuu todellisen toteuman ollessa epärealistisella tasolla suhteessa odotuksiin. (Kotler 2017, 585.)

4.3.2 SERVQUAL-malli

Swarbrooke ja Horner (1999, 239) esittelevät teoksessaan Parasuramanin ym. (1985) luoman SERVQUAL-mallin, jonka tarkoituksena on toimia palvelukohtaista laatua mittaavana työkaluna. Malli pohjautuu Parasuramanin ym. (1985) määrittämään kuiluanalyysimalliin (Cronin & Taylor 1992, 55). SERVQUAL-malli pyrkii käsittelemään asiakkaiden asettamien odotusten ja todellisen toteuman välistä suhdetta määritettyjen laatu-ulottuvuuksien kontekstissa. Malli jakaa palvelukohtaisen laadun viiteen ulottuvuuteen. Palvelukohtaisen laadun viisi ulottuvuutta koostuvat aineellisista elementeistä, luotettavuudesta, reagointialttiudesta, vakuuttavuudesta sekä empatiakyvystä. (Swarbrooke & Horner 1999, 239.)

SERVQUAL-mallin aineelliset elementit pitävät sisällään palveluntarjoajan erilaiset fyysiset ympäristöt, toimitilat, palveluiden tuotantoon käytettävät välineet sekä palveluhenkilökunnan ulkoisen olemuksen. Luotettavuudella tarkoitetaan palveluhenkilökunnan kykyä tarjota asiakkailleen palvelua, joka on luonteeltaan täsmällistä ja riippumatonta. Luotettavuudella pyritään myös korostamaan sitä, että asiakkaan saama palvelutaso vastaa luvattua tasoa. Reagointialttiudella kuvataan palveluhenkilökunnan palveluhalukkuutta. Palveluhenkilökunnan edustajat ovat valmiita auttamaan asiakkaita ja vastaamaan asiakkaiden pyyntöihin ripeässä ajassa. Ulottuvuutena vakuuttavuus korostaa palveluhenkilökunnan luonteenpiirteitä ja kompetensseja. Vakuuttava palveluhenkilökunnan edustaja pystyy omalla toiminnallaan luomaan asiakkaalle kuvan ammattitaidosta ja aidosti välittävästä palvelusta. Vakuuttavan palvelun lopputulemana asiakas tuntee olonsa turvalliseksi ja tuntee pystyvänsä luottamaan palveluntarjoajaan. Vastaavasti empatiakyvyllä tarkoitetaan palveluhenkilökunnan edustajien kykyä hoitaa asiakkaiden ongelmia sekä tarjota asiakkaille yksilöllistä palvelua. (Grönroos 2015, 116; Swarbrooke & Horner 1999, 239.) SERVQUAL-mallia ja sen hyödyntämistä tämän opinnäytetyön kontekstissa käsitellään tarkemmin opinnäytetyön luvussa 5.2 (Kyselylomake).

4.4 Laadukkaiden elämyksien luominen

Tämän alaluvun tarkoituksena on havainnoida tapahtumakohtaisen laadun mittaamisen sekä mitaustuloksista ilmenevien kehittämissuositusten välistä suhdetta. Miten kerätyt mitaustulokset voidaan siirtää osaksi tapahtuman toteutusta? Drummond ja Anderson (2004, 87) tuovat esille erilaisia toimenpiteitä, jotka mahdollistavat tapahtumakohtaisen laadun kehittämisen. Toimenpiteet pohjautuvat suoritettuihin mittauksiin. Määrittelyn mukaan mitaustulokset mahdollistavat muun muassa asiakasryhmiin ja vallitsevaan markkinatilanteeseen liittyvien trendien havainnoimisen sekä palvelukohtaisten heikkouksien tunnistamisen. Lisäksi mitaustulokset mahdollistavat operatiivisten toimenpiteiden kehittämisen. Operatiivisia toimenpiteitä havainnoidaan henkilöstöjohtamisen näkökulmasta. Kerätyt mitaustulokset auttavat tapahtumajärjestäjää järjestämään erilaisia koulutustilaisuuksia alaisilleen. Viimeisenä pääkohtana korostetaan strategista suunnitteluprosessia: tapahtumakohtaisen laadun nykytilan havainnoiminen auttaa tapahtumajärjestäjää luomaan selkeät strategiset suuntaviivat tulevaisuuden tapahtumille. Kokonaisuudessaan ehdotetut toimenpiteet parantavat tapahtumakohtaisen laadun jokaista osa-aluetta – muodostuvana lopputulemana on selkeästi parempi asiakaskokemus. (Drummond & Anderson 2004, 87-88.)

Drummond ja Anderson (2004, 87-88) luovat määrittelyosuudessaan selkeät suuntaviivat tapahtumakohtaisen laadun kehittämiseksi. Määrittelyosuudessa tunnistetaan tapahtumakohtaisen laadun kehittämisen vaikutukset muodostuvalle asiakaskokemukselle, mutta aihetta ei käsitellä sen perusteellisemmin.

Cutler ja Carmichael (2010, 8) tuovat teoksessaan esille teoreettisen viitekehyksen, jonka mukaan muodostuva asiakaskokemus voidaan jakaa asiakaskohtaiseen osioon sekä yrityskohtaiseen osioon. Asiakaskohtaista osiota käsitellään yksilöllisenä osiona, kun taas yrityskohtaista osiota kuvataan vaikutuksellisenä osiona. Yksilöllinen osio pohjautuu Clawsonin ja Knetschin (1966) määrittämään viisiosaiseen palvelupolkuun. Yksilöllisessä osiossa määritetty asiakaskokemus alkaa asiakkaan kognitiivisista toiminnoista: asiakaskohtaiset tiedot, muistot, näkemykset, tunteet ja identiteetti luovat pohjan subjektiivisille odotuksille. Luodut odotukset konkretisoituvat ydinpalveluvaiheessa. Vastaavasti odotusten ja todellisen toteuman välinen suhde muodostaa asiakkaan tyytyväisyyden tai tyytymättömyyden. (Cutler & Carmichael 2010, 8-9.)

Tämän alaluvun pääpaino on Cutlerin ja Carmichaelin (2010, 8) määrittämässä vaikutuksellisessa osiossa, sillä sen avulla voidaan tarkentaa yrityksen roolia asiakaskokemuksen muodostamisprosessissa. Toisin sanoen, syventyminen vaikutukselliseen osioon mahdollistaa erilaisten palvelukohtaista laatua lisäävien tunnuspiirteiden havainnoimisen. Keskittyminen havaittuihin tunnuspiirteisiin mahdollistaa laadukkaiden elämyksien luomisen. Vaikutuksellinen osio jakautuu kolmeen pääasialliseen aspektiin, joilla pyritään kuvaamaan tekijöitä, jotka ovat asiakkaan välittömän vaikutusalueen ulottumattomissa. Aspektit vaikuttavat kuitenkin merkittävästi muodostuvaan asiakaskokemukseen. Määritetyt aspektit koostuvat fyysisistä aspekteista, sosiaalisista aspekteista sekä palvelukohtaisista aspekteista. (Cutler & Carmichael 2010, 8.)

Fyysiset aspektit pitävät sisällään muun muassa luonnolliset ja rakennetut ympäristöt sekä erilaiset maantieteelliset ominaisuudet (Cutler & Carmichael 2010, 9). Tapahtumien kontekstissa korostetaan myös tiloihin käytettävän rekvisiitan sekä ulkoasun luomiseen käytettyjen välineiden ja esineiden merkitystä. Fyysisten aspektien tarkoituksena on ennen kaikkea herättää asiakkaissa tunnereaktioita: asiakkaat reagoivat luotuihin ärsykeisiin aisteillaan. Viimekädessä asiakas peilaa kokemuksiaan fyysisistä aspekteista omiin kognitiivisiin-, fysiologisiin- ja emotionaalisiin toimintoihinsa. (Shone & Parry 2013, 264-268.)

Cutler ja Carmichael (2010, 10) määrittävät sosiaalisten aspektien koostuvan kaikista sosiaalisista vaikuttimista, jotka muokkaavat lopullista asiakaskokemusta. Sosiaalisten aspektien alle lukeutu-

via vaikuttimia ovat muun muassa asiakkaan muodostamat vuorovaikutussuhteet läheisiin, palveluhenkilökuntaan sekä muihin asiakkaisiin. Mossberg (2007) korostaa, että kanssaosallistujien läsnäolo tehostaa subjektiivista asiakaskokemusta. (Cutler & Carmichael 2010, 10; Mossberg 2007.) Shone ja Parry (2013, 263) pyrkivät tuomaan saman ajattelumallin tapahtumien tasolle: asiakkaiden väliset vuorovaikutussuhteet tehostavat tapahtuman ilmapiiriä ja tunnelmaa. Tapahtuman teemaan sopivan tunnelman ja ilmapiirin luominen tunnistetaan selkeänä menestystekijänä. Vastaavasti vääränlainen tunnelma ja ilmapiiri johtavat heikkoon asiakaskokemukseen.

Palvelukohtaiset aspektit pitävät sisällään tekijöitä, jotka linkittyvät suoraan palveluiden toteuttamiseen ja kuluttamiseen. Listatut tekijät koostuvat muun muassa olemassa olevasta tarjonnasta sekä palvelukohtaisen laadun ulottuvuuksista. (Cutler & Carmichael 2010, 9.) Miten palveluntarjoaja voi kehittää palvelutarjontaansa? Palvelukohtaisella prosessianalyysillä voidaan havainnoida palvelukohtaamisten roolituksia, onnistumisia sekä mahdollisia epäonnistumisia. Menetelmä perustuu prosessikaavioon (palvelun blueprint), jolla pyritään kuvaamaan palveluprosessia objektiivisella tavalla. Prosessikaavion keskeisiä osatekijöitä ovat palvelun kontaktipisteet, roolitukset sekä erilaiset näkyvät ja näkymättömät elementit. Prosessikaavion rakentaminen on kuusivaiheinen kokonaisuus. Vaiheittaisen analyysin lopputulemana palveluntarjoaja voi havainnoida palvelukohtaamisten vahvuuksia ja heikkouksia. Prosessianalyysi on luonteeltaan hyvin kattava: havaitut kokonaisuudet käsittelevät sekä palvelun teknisiä- että toiminnallisia elementtejä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 178-182.)

4.4.1 Kokemuksista elämyksiin

Englanninkielisessä tutkimuskirjallisuudessa asiakkaalle palvelusta muodostuva kuva tai käsitys mielletään asiakaskokemukseksi – erittely kokemuksen ja elämyksen välillä on häilyvä. Korkiakosken (2019, 19) mukaan asiakaskokemusta käsitellään asiakaskohtaisena käsityksenä, joka muodostuu kontaktipisteiden, tunteiden sekä asiakkaan muodostamien mielikuvien summana. Miten elämykset eroavat kokemuksista? Elämykset linkittyvät elämystalouden käsitteeseen. Määritellyn mukaan tavanomainen palveluala on saavuttanut huippukohtansa. Elämystalous nähdään tavanomaisen palvelualan jatkeena, keinona kasvattaa liiketoimintaa ja luoda uusia työpaikkoja. Elämystalouteen sisältyvät elämykset muodostuvat neljästä kokonaisuudesta. Muodostuvat kokonaisuudet pitävät sisällään viihteen, opetuksellisuuden, esteettisyyden ja eskapismien. (Pine & Gilmore 2011, 17, 46.)

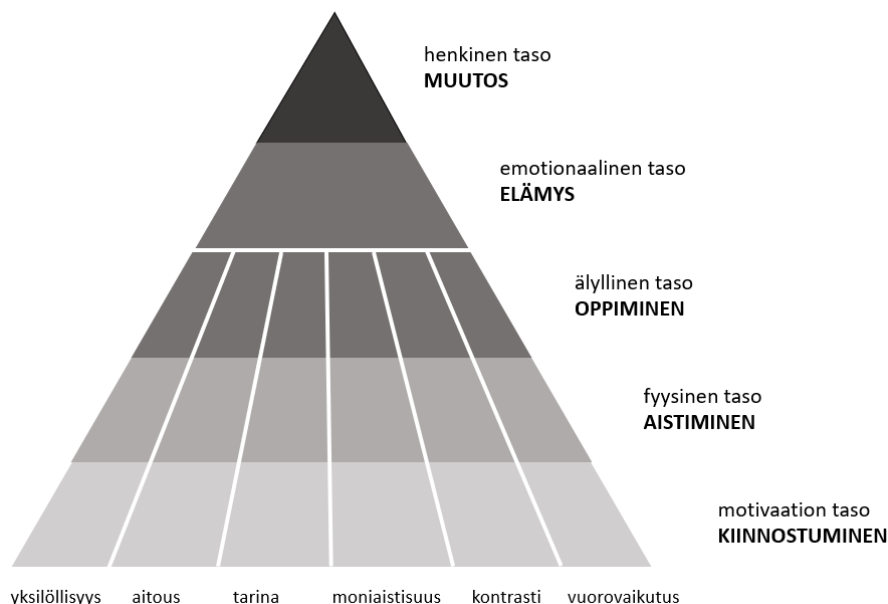
Tarssanen ja Kylänen (2009, 17) pyrkivät havainnoimaan elämysten ja laadun välistä suhdetta. Laatu tunnustetaan perinteisen palveluliiketoiminnan elinehtona. Elämystalouden kulmakivenä on kuitenkin muodostuvien kokemusten aitous. Teoksessa siteerataan Pinen ja Gilmoren (2007) ajattelumallia, jonka mukaan aidot kokemukset vaativat laadun huomioimista onnistuakseen. (Tarssanen & Kylänen 2009, 17.)

Tarssanen ja Kylänen (2009, 11-16) pyrkivät teoksessaan jatkamaan elämysten määrittelyosuutta. Elämukset määritellään niiden merkittävyyden, positiivisuuden ja ikimuistoisuuden mukaan. Muodostunut elämys voi muuttaa asiakkaan kokonaisvaltaista käyttäytymistä ja toimintaa. Elämysten muodostumista matkailupalveluiden kontekstissa voidaan käsitellä elämyskolmion avulla (kuvio 10). Elämyskolmion rakenne on kaksijakoinen: palvelukohtaiset tunnuspiirteet ja asiakkaan kokemisen tasot pyritään erottamaan selkeästi toisistaan. Palvelukohtaiset tunnuspiirteet tuodaan esille kolmion alimmaisella sivulla, kun taas asiakkaan kokemisen tasot esitetään kolmion oikealla sivulla. (Tarssanen & Kylänen 2009, 11.)

Palvelukohtaiset tunnuspiirteet pitävät sisällään yksilöllisyyden, aitouden, tarinan, moniaistisuuden, kontrastin ja vuorovaikutuksen. Yksilöllisyydellä viitataan tarjottavien palveluiden ainutlaatuisuuteen: jokaiselle asiakkaalle tarjotaan mahdollisuus kokea palvelu omien tarpeiden ja mieltymysten mukaan. Aitous linkittyy välittömästi tarjottavan palvelun uskottavuuteen. Esimerkiksi eettisten käytäntöjen vastainen toiminta ei lisää palvelukohtaista uskottavuutta. Tarina kuvastaa punaista lankaa muodostuvan elämysten taustalla: tarina sitoo irralliset osatekijät tiiviiksi kokonaisuudeksi. Hyvässä tarinassa yhdistyvät sekä faktaan perustuva että fiktiivinen tieto. Moniaistisuudella tarkoitetaan asiakkaiden aistien stimuloimista. Moniaistisuus korostuu tapahtumien kontekstissa: asiakkaan elämysten todetaan muodostuvan hajujen, näköhavaintojen, kosketusten, kuulon ja makujen summana. Kontrastilla kuvataan palvelun erilaisuutta suhteessa asiakkaan tavalliseen käyttäytymiseen. Palveluntarjoajan näkökulmasta tämä korostaa uusien ja selkeästi erottuvien kokonaisuuksien luomista. Vastaavasti vuorovaikutuksella tarkoitetaan asiakkaan vuorovaikutussuhteita palvelun kuluttamisen aikana. Merkittävänä tekijänä korostetaan yhteenkuuluvuuden tunnetta: yhdessä kokeminen voimistaa muodostuvaa elämystä. (Tarssanen & Kylänen 2009, 12-14; Shone & Parry 2013, 263).

Asiakkaan kokemisen tasot koostuvat motivaation tasosta, fyysisestä tasosta, älyllisestä tasosta, emotionaalista tasosta sekä henkisestä tasosta. Kokemisen tasot esitetään nousevana jatkumona: varsinainen elämys muodostuu kokemisen emotionaalisella tasolla. Motivaation taso koostuu asiakaskohtaisten odotusten luomisesta. Esimerkiksi oikein toteutettu markkinointivies-

tintä herättää asiakkaan kiinnostuksen. Kokemisen fyysinen taso pitää sisällään toiminnan aistimisen ja havainnoimisen. Määrittelyn mukaan fyysinen taso muodostaa asiakkaan käsityksen palvelun teknisestä laadusta. Älyllisellä tasolla aktiivisesta havainnoinnista siirrytään subjektiivisen mielipiteen muodostamiseen. Älyllisen tason tavoitteena on tarjota asiakkaalle jonkinlainen oppimiskokemus. Oppimiskokemuksen luonne vaikuttaa merkittävästi asiakkaan kokemaan tyytyväisyyteen tai tyytymättömyyteen. Kokemisen emotionaalinen ja henkinen taso kuvastavat asiakkaan kokeman elämyksen laatua. Emotionaalisella tasolla asiakas kokee positiivisen tunnereaktion, mikäli palvelutarjonnassa on otettu huomioon kaikki edeltävät kokemisen tasot. Emotionaalinen taso ei kuitenkaan välttämättä muuta asiakkaan käyttäytymistä tai toimintaa. Vastaavasti henkisellä tasolla asiakas kokee muuttuneensa jollain tavalla. Tapahtunut muutos voi pitää sisällään fyysisiä ja henkisiä elementtejä tai muutos voi vaikuttaa välittömästi asiakkaan elämäntapoihin. (Tarssanen & Kylänen 2009, 15-16.)



Kuvio 10. Elämyskolmio (mukaillen Tarssanen & Kylänen 2009, 11).

4.4.2 SPC-ketju

Opinnäytetyössä tapahtumakohtaisen laadun kehittämistä on lähestytty Demingin (1986) PDCA-mallin näkökulmasta. Malli koostuu suunnitteluvaiheesta, tekovaiheesta, tarkastusvaiheesta ja muutosvaiheesta (Drummond & Anderson 2004, 85). Vastaavasti tapahtumakohtaisen laadun kvantitatiivista mittaamista on lähestytty Parasuramanin ym. (1985) luoman SERVQUAL-mallin

näkökulmasta. Muodostuvana lopputulemana on havainnoitu tekijöitä luodun asiakaskokemuksen taustalla. Lisäksi luotuja asiakaskokemuksia pyritään tarkastelemaan kriittisesti korostamalla kokemusten ja elämyksien välistä suhdetta. Miksi palveluntarjoajan kannattaa panostaa laadun ulottuvuuksiin ja muodostuvaan asiakaskokemukseen? Puustinen ja Rouhiainen (2007, 172) tunnistavat positiivisen asiakaskokemuksen kulminoituvan asiakkaan tyytyväisyyteen. Määrittelyn mukaan asiakkaan kokemukset palvelun ulottuvuuksista ja palvelun laadusta korreloivat välittömästi asiakaskohtaisen tyytyväisyyden kanssa. Muodostuva asiakastytyväisyys vastaavasti johtaa kestävään asiakassuhteeseen palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 172-173.)

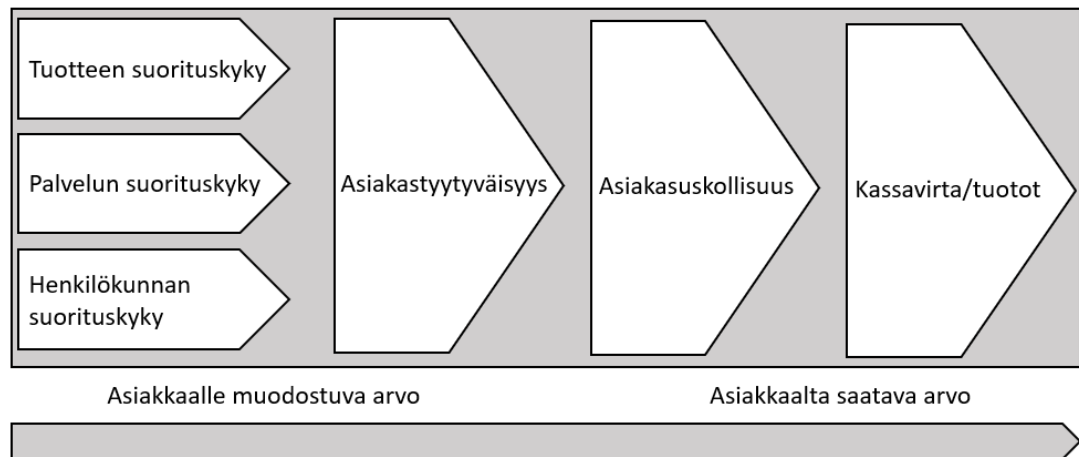
Kumar ja Reinartz (2018, 20) pyrkivät syventämään Puustisen ja Rouhiaisen (2007, 172-173) ajattelumallia. Käsitteily tapahtuu CRM:n näkökulmasta. CRM (Customer Relationship Management) tarkoittaa strategista asiakkuushallintaa, jonka tavoitteena on muodostaa kestäviä asiakassuhteita panostamalla asiakkaille palvelusta muodostuvaan arvoon. SPC-ketju (The satisfaction-loyalty-profit chain) pyrkii kuvaamaan palvelukohtaisten ulottuvuuksien ja asiakastytyväisyyden välistä suhdetta (kuvio 11). Asiakastytyväisyyden esitetään puolestaan johtavan asiakasuskollisuuteen. Vastaavasti asiakasuskollisuuden todetaan johtavan kasvaviin tuottoihin. Ketju pohjautuu Andersonin ja Mittalin (2000, 107) alkuperäiseen mallinnukseen. (Anderson & Mittal 2000, 107; Kumar & Reinartz 2018, 5, 20.)

SPC-ketjun lähtökohdat esitetään kolmiosaisena rakenteena. Kumarin ja Reinartzin (2018, 20) mukaan erilaiset tuote- tai palvelukohtaiset ulottuvuudet muodostavat merkittävän osan asiakkaan subjektiivisesta kokemuksesta. Lisäksi korostetaan toiminnallista laatua: henkilökunnan suorituskyky täydentää tuote- tai palvelukohtaisia ulottuvuuksia. Muodostuvana lopputulemana on asiakastytyväisyys. (Kumar & Reinartz 2018, 20.)

SPC-ketjussa tunnistetaan asiakastytyväisyyden ja asiakasuskollisuuden välisen suhteen dynaamisuus. Tyytyväinen asiakas on todennäköisesti valmis luomaan pitkäaikaisen asiakassuhteen palveluntarjoajan kanssa. Määrittelyn mukaan asiakkaan tyytymättömyys palveluun vaikuttaa kuitenkin suhteellisesti enemmän muodostuvaan asiakasuskollisuuteen. Konkretian tasolla tämä tarkoittaa sitä, että asiakkaan ollessa tyytymätön koettuun palvelutasoon, asiakas alkaa todennäköisemmin etsimään vaihtoehtoisia ratkaisuja. Tällöin pitkäaikaista asiakassuhdetta ei muodostu. (Kumar & Reinartz 2018, 21-22.)

Vastaavasti asiakasuskollisuuden ja kasvavien tuottojen suhdetta käsitellään muutaman pääkohdan mukaan. Kumar ja Reinartz (2018, 22) korostavat teoksessaan Reichheldin (2000) esittämiä

argumentteja. Argumentit korostavat pitkäaikaisten asiakkaiden oletettuja käyttäytymismalleja. Ensimmäisen argumentin mukaan pitkäaikaiset asiakkaat kuluttavat palveluntarjoajan palveluita enemmän. Eitetty argumentti pohjautuu pitkän aikavälin tarkasteluun. Toisena argumenttina korostetaan palveluntarjoajan kustannustehokkuutta: pitkäaikaisten asiakkaiden palveleminen maksaa palveluntarjoajalle vähemmän kertaluontoisiin asiakkaisiin verrattuna. (Kumar & Reinartz 2018, 22-23.)



Kuvio 11. SPC-ketju (mukaillen Anderson & Mittal 2000, 107; Kumar & Reinartz 2018, 20).

5 Kehittämistyön lähtökohdat

Tutkimuksellisen kehittämistyön lähtökohdat pohjautuvat usein organisaatiokohtaisiin kehittämistarpeisiin: organisaatio tunnistaa jonkin ongelman tai kehitettävän ilmiön, johon haetaan ratkaisuja kehittämistyön menetelmin. Ratkaisut voivat olla esimerkiksi uusia ideoita, käytänteitä, tuotteita tai palvelukonsepteja. Luodun ratkaisun tarkoituksena ei ole jäädä vain suunnitelman tasolle, vaan luotu ratkaisu pyritään integroimaan osaksi organisaation strategisia tai operatiivisia prosesseja. (Ojasalo ym. 2014, 19; Salonen 2013, 19.)

Tutkimuksellisen kehittämistyön luonnetta voidaan avata vertaamalla kehittämistyötä tieteelliseen tutkimukseen. Tieteellinen tutkimus pohjautuu erilaisiin yleisesti hyväksytyihin periaatteisiin. Yleisesti hyväksytyt periaatteet vaikuttavat tutkimuksen toteuttamiseen: määritettyyn tutkimusongelmaan etsitään vastausta hyväksytyillä menetelmillä. Tieteellisen tutkimuksen tulokset julkaistaan tiedeyhteisölle, mikä mahdollistaa sekä käytettyjen tutkimusmenetelmien että saatu- jen tutkimustulosten kriittisen tarkastelun. Tieteellisen tutkimuksen ja tutkimuksellisen kehittämistyön eroavaisuudet voidaan tiivistää muutamaaan pääkohtaan. Tutkimuksellinen kehittämistyö pyrkii kritisoimaan ajattelumallia, jonka mukaan vain yleisesti hyväksytyt menetelmät takaavat pätevät tulokset. Kritisoivan ajattelumallin mukaan myös kehittämistyön lähestymistavoilla, prosesseilla ja menetelmillä päästään vastaaviin lopputuloksiin. Pääasiallinen ero tieteellisessä tutkimuksessa ja tutkimuksellisessa kehittämistyössä liittyy toiminnan päämäärään. Toiminnan päämäärä asettaa vastakkain uuden ilmiöpohjaisen teorian tuottamisen sekä konkreettisten parannusten ja ratkaisuehdotuksien luomisen. (Ojasalo ym. 2014, 17-19.)

Opinnäytetyön rakenne linkittyy tiiviisti tutkimuksellisen kehittämistyön prosessiin. Tutkimuksellisen kehittämistyön prosessista voidaan erottaa kahdeksan tasapainoista vaihetta. Ensimmäinen vaihe pitää sisällään kehittämiskohteen tunnistamisen ja alustavien tavoitteiden asettamisen. Kehittämiskohteen tunnistaminen mahdollistaa lähtökohdan määrittämisen. Ongelmaperusteisessa kehittämistyössä haetaan ratkaisua johonkin ongelmaan, kun taas uudistamisperusteinen kehittämistyö pohjautuu uuden luomiseen tai olemassa olevien prosessien uudistamiseen. Toisessa vaiheessa pyritään luomaan kattava kuva kehittämistyön taustoista ja kehittämiskohteen nykytilasta. Kolmas vaihe kulminoituu kehittämistyön määrittämiseen sekä kehittämiskohteen rajaamiseen. Vaiheessa on tärkeä miettiä, mihin lopputulokseen kehittämistoimilla pyritään. Määrittelyosuuden on oltava realistinen: pintapuolinen määrittelyosuus johtaa usein liian yleisluontoisiin lopputuloksiin. Neljäs vaihe pitää sisällään kehittämistyöhön vaadittavan tietoperustan muodostamisen. Tietoperustassa pyritään paitsi kuvaamaan aihealueeseen linkittyvät käsitteet ja teoriat,

mutta myös havainnoimaan suhteita esitettyjen kokonaisuuksien välillä. Viidennen vaiheen tarkoituksena on kehittämistyön lähestymistavan määrittäminen. Lähestymistavan määrittäminen luo perustan konkreettisten menetelmien valinnalle. Tutkimuksellisen kehittämistyön lähestymistavat pitävät sisällään muun muassa tapaustutkimuksen, toimintatutkimuksen, konstruktivisen tutkimuksen, palvelumuotoilun sekä uusien innovaatioiden tuottamisen. Kuudes vaihe koostuu menetelmien valinnasta. Yksi tutkimuksellisen kehittämistyön tunnuspiirteistä on käytettävien menetelmien moninaisuus: menetelmät eivät jakaudu pelkästään kvantitatiivisiin ja kvalitatiivisiin menetelmiin. Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät pitävät sisällään muun muassa kyselytutkimuksen, erilaiset haastattelut, havainnoinnin, dokumenttianalyysin sekä benchmarkauksen. Seitsemäs ja kahdeksas vaihe koostuvat tulosten jakamisesta sekä kehittämistyön arvioimisesta. Tuloksia ei jaeta tieteellisen yhteisön analysoitavaksi, vaan pääpainona on tulosten tuominen erilaisten käytännön yhteisöjen tietoisuuteen. Tulosten jakamisessa on tärkeä havainnoida kokonaisvaltaista kehittämisprosessia sekä kuvata saatuja tuloksia ja konkreettisia kehittämisehdotuksia. Kehittämistyön arviointi on moniulotteinen kokonaisuus: arvioinnin pohjana toimii niin yksilön, ryhmän, kuin myös organisaation toiminta. Arvioinnissa pohditaan kehittämistyön onnistumista sekä asetettujen tavoitteiden saavuttamista. (Ojasalo ym. 2014, 26-48.)

5.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite

Hirsjärvi, Remes & Sajavaara (2004, 129-130) tunnistavat neljä piirrettä opinnäytetyön tarkoituksen taustalla. Määrittelyn mukaan tutkimus voi olla luonteeltaan kartoittava, selittävä, kuvaileva tai ennustava. Kartoittavan tutkimuksen tunnuspiirteinä tunnistetaan uusien näkökulmien ja tutkimattomien ilmiöiden havainnoiminen. Selittävä tutkimus pyrkii selvittämään toimintaa ja käyttäytymismalleja jonkin ilmiön taustalla. Kuvaileva tutkimus pyrkii puolestaan tuomaan esiin tutkittavan ilmiön yleisimpiä ilmenemismuotoja. Vastaavasti ennustavalla tutkimuksella pyritään valottamaan tietyn ilmiön lopputuloksia ja vaikutuksia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 129-130.)

Tämä opinnäytetyö omaa selittävän tutkimuksen piirteet. Valinta peilautuu välittömästi kehittämistyön luonteeseen: opinnäytetyön tarkoituksena on paitsi selvittää toimintaa ja subjektiivisia käyttäytymismalleja määritetyn ilmiön taustalla, mutta myös luoda konkreettinen menetelmä ilmiön kvantitatiiviseen mittaamiseen ja analysointiin. Opinnäytetyön kontekstissa määritetyllä ilmiöllä tarkoitetaan asiakkaiden laatuksitteen, tapahtumakohtaisen kokonaislaadun sekä asiakastyytyvyyden ympärille muodostuvaa kokonaisuutta. Samassa kontekstissa konkreettisella

menetelmällä tarkoitetaan opinnäytetyön tuotoksena syntyvää kyselytutkimuspohjaa, joka mahdollistaa tapahtumien kehittämisen.

Vastaavasti opinnäytetyön tavoitteita voidaan käsitellä sekä toimeksiantajan että opinnäytetyön tekijän näkökulmista. Opinnäytetyön varsinaisena toimeksiantajana toimii Ruka-Kuusamo Matkailu ry. Opinnäytetyön toimeksiantajan tavoitteet ja saama hyöty liittyvät määritettyyn kehittämistehtävään. Opinnäytetyön varsinaisena kehittämistehtävänä on luoda kyselytutkimuspohja, joka mahdollistaa tapahtumakohtaisen kokonaislaadun sekä asiakastyytyvyyden mittaamisen ja analysoinnin. Opinnäytetyön tuotos on rajattu käsittelemään NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumia. Toimeksiantajan saamaa hyötyä voidaan käsitellä muutaman pääkohdan mukaan. Ensimmäinen pääkohta pitää sisällään toimeksiantajan mahdollisuuden havainnoida tapahtumien nykytilaa. Toinen pääkohta liittyy kerätyn aineiston hyödyntämiseen: opinnäytetyön tekijä pyrkii luomaan selkeät ohjeistukset kerätyn kvantitatiivisen aineiston analysointiin. Kolmas pääkohta kulminoituu jatkotoimenpiteisiin: opinnäytetyön tekijä pyrkii paitsi haastamaan toimeksiantajan ajattelumalleja, mutta myös kuvaamaan erilaisia toimenpiteitä, joilla tapahtumia saadaan kehitettyä.

Opinnäytetyön tekijän ensisijaisena tavoitteena on rakentaa kehittämistyöstään toimeksiantajaa miellyttävä kokonaisuus, jossa yhdistyvät järjestelmällisyys, analyttisyys ja kriittisyys. Lisäksi opinnäytetyön tekijän tavoitteena on kehittää omaa osaamistasoaan. Työn luonne tarjoaa opinnäytetyön tekijälle mahdollisuuden tutustua kiinnostavan ilmiön tieteelliseen tietoperustaan. Työn luonne myös mahdollistaa erilaisten tutkimus- ja kehittämistoimenpiteiden laaja-alaisen hyödyntämisen. Tutkimuksellinen osaaminen palvelee opinnäytetyön tekijän tulevaisuuden tavoitteita.

5.2 Kyselylomake

Tässä alaluvussa pyritään havainnoimaan kyselylomakkeen teoreettisia lähtökohtia suunnittelu- vaiheesta aina konkreettiseen toteutukseen. Käsiteltävät pääkohdat koostuvat kyselylomakkeen taustoista, kyselytutkimuksen toteutustavoista, hyvän kyselylomakkeen tunnuspiirteistä, kysymysten muotoilusta, mittaamisesta sekä käytettävistä mitta-asteikoista. Tulosten analysointiin linkittyviä kokonaisuuksia käsitellään tarkemmin luvussa 5.3 (Sisällönanalyysi).

Kyselylomake tunnistetaan yleisenä kvantitatiivisena menetelmänä, jonka perimmäisenä tarkoituksena on kerätä informaatiota vastaajilta. Kerätty informaatio koostuu usein vastaajien henkilötiedoista, vastaajien käsityksistä mitattavaan ilmiöön liittyen sekä vastaajien subjektiivisista mielipiteistä. Kvantitatiivisen menetelmän oikeellisuus varmistetaan kyselylomakkeen strukturoidulla rakenteella: jokaisen vastaajan on saatava samat lähtökohdat vastausten antamiselle. (Brunt, Horner & Semley 2017, 31.)

Kyselyn suunnitteluvaiheessa on huomioitava tiettyjä kokonaisuuksia. Suunnitteluvaiheen yksittäisesti tärkeimpiä kokonaisuuksia on määrittää, mitä tietoa kyselytutkimuksesta tarvitaan. Tarvittava tieto kumpuaa teoriataustan ilmiöistä tai ongelmista. Tarvittavan tiedon määrittämisen lisäksi tutkijan tulisi suunnitella analysoinnin tasot jo ennen varsinaisen kyselytutkimuksen toteuttamista. Lähtökohtaa voidaan tehostaa asettamalla hypoteesi: hypoteesi on teoreettiseen taustaan pohjautuva väittämä, jonka pätevyyttä tarkastellaan kerätyn kvantitatiivisen tiedon pohjalta. (Hirsjärvi ym. 2004, 149; Ojasalo ym. 2014, 41.) Suunnitteluvaiheessa on tärkeä myös päättää kyselyn toteutustapa. Hirsjärvi ym. (2004, 185-186) tiivistävät kyselytutkimuksen toteutustavat kahteen pääkohtaan. Pääkohdat koostuvat posti- ja verkkokyselystä sekä kontrolloidusta kyselystä. Postikysely toteutetaan lähettämällä kyselylomake tutkittaville henkilöille. Lomakkeen vastaaja täyttää kyselyn ja postittaa sen takaisin kyselyn toteuttajalle. Verkkokysely puolestaan toteutetaan jonkin verkkosovelluksen välityksellä, mikä mahdollistaa paitsi kustannustehokkaan toteutuksen, mutta myös saatujen tietojen vaivattoman analysoinnin (Brunt ym. 2017, 36-37). Posti- ja verkkokyselyiden suurimpana ongelmana tunnustetaan vastausten kato. Vastausprosentti voi jäädä tapauskohtaisesti 30-40 % tasolle. Vastausten katoon vaikuttavat muun muassa tutkittava joukko sekä tutkittava aihepiiri. Määrittelyosuuden toisena pääkohtana esitellään kontrolloitu kysely. Kontrolloidussa kyselyssä painotetaan tutkijan henkilökohtaista panostusta. Kontrolloidussa kyselyssä tutkija jakaa kyselylomakkeet tutkittaville ja pyrkii samalla selostamaan tutkimuksen tarkoituksen. Kyseinen toteutustapa tunnistaa tutkijan ja tutkittavien välisen vuorovaikutuksen tutkimusta selkeyttävänä asiahaarana. (Hirsjärvi ym. 2004, 185-186.)

5.2.1 Hyvän kyselylomakkeen tunnuspiirteet

Hyvän kyselylomakkeen tunnuspiirteinä tunnustetaan kahdeksan yksittäistä tekijää. Ensimmäisenä tekijänä korostetaan kyselylomakkeen selkeyttä. Selkeydellä pyritään korostamaan kysymysten asettelua: jokaisen vastaajan tulisi mieltää kysymykset samalla tavalla. Toisen tekijän mu-

kaan yksityiskohtaisemmat kysymykset takaavat paremman lopputuloksen yleisen tason kysymyksiin verrattuna. Kolmas tekijä painottaa kysymysten pituutta: lyhyet kysymykset ovat helpommin ymmärrettäviä vastaajien silmissä. Neljännen tekijän mukaan tutkijan tulisi välttää kysymyksiä, joiden avainsanat voidaan käsittää kaksiulotteisesti. Vastaajan tehtävänä ei ole vastata kahden kysymykseen samanaikaisesti. Viidennen tekijän mukaan vastaajalle pitää tarjota mahdollisuus neutraaliin vastaukseen. Neutraalit vastaukset pinnallistuvat esimerkiksi mielipidemittauksissa, kun vastaajalla ei ole mielipidettä käsiteltävästä kokonaisuudesta. Kuudes tekijä painottaa useampien vastausvaihtoehtojen tarjoamista pelkistettyjen ”samaa mieltä/eri mieltä” -vaihtoehtojen sijaan. Seitsemäs ja kahdeksas tekijä käsittelevät kyselylomakkeen yleistä rakennetta. Seitsemännen tekijän mukaan kyselylomakkeen tulisi olla loogisesti jäsennelty kokonaisuus. Tällä tarkoitetaan sitä, että vastaajan taustatiedot tulevat ilmi kyselyn alkuvaiheessa, minkä jälkeen voidaan siirtyä yksityiskohtaisempiin kysymyksiin. Kahdeksas tekijä korostaa käytettyjä sanavalintoja. Esimerkiksi tieteellisiä termejä tulisi välttää, sillä ne voivat vaikuttaa vastaajien ymmärrykseen kielteisesti. (Hirsjärvi ym. 2004, 191-192.)

5.2.2 Kysymysten laatiminen

Kyselylomakkeen kysymykset voidaan muotoilla kolmella pääasiallisella tavalla. Avoimet kysymykset ovat kysymystyyppisiä, joissa vastaaja voi itse muotoilla vastauksensa. Monivalintakysymykset erottautuvat avoimista kysymyksistä strukturoidulla rakenteellaan. Monivalintakysymyksissä tutkija on määrittänyt ennalta vastausvaihtoehtojen kirjon – vastaajan tehtävänä on valikoida vaihtoehtoja tutkijan ohjeistuksen mukaisesti. Monivalintakysymyksiä voidaan myös täydentää avointen kysymysten avulla. Vastaavasti asteikkoihin pohjautuvat kysymystyyppit antavat vastaajalle mahdollisuuden ilmaista oman mielipiteensä voimakkuuden. Yksi yleisimmin käytetyistä asteikoista on Likert-asteikko, joka jakaa vastausvaihtoehdot viisi- tai seitsemänportaisesti. Likert-asteikon ääripäät jakautuvat ”täysin samaa mieltä”- sekä ”täysin eri mieltä”-vastausvaihtoehtoihin. (Hirsjärvi ym. 2004, 189.)

Ojasalon ym. (2014, 41) mukaan kyselylomakkeen kysymysten tulisi pohjautua olemassa olevaan teoreettiseen tietopohjaan. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tietopohjasta pinnallistuvat käsitteet määritellään mitattaviksi muuttujiksi. Opinnäytetyön kontekstissa käsitteiden määrittäminen mitattaviksi muuttujiksi liittyy tiiviisti Parasuramanin ym. (1985) luomaan SERVQUAL-kysymyspatteristoon. Määritetyt kysymykset tunnistetaan kyselylomakkeen selkeänä viitekehysenä.

SERVQUAL-kysymyspatteristo on 22-osainen kokonaisuus, jossa pyritään yhdistämään palvelukohtaisen laadun ulottuvuudet (Liite 1).

Palvelukohtaisen laadun kvantitatiivisen mittaamisen mahdollistava SERVQUAL-malli on saanut osakseen jonkin verran kritiikkiä. Ensimmäiseksi kyseenalaistetaan mallin sopivuus kaikkien palveluiden laadun mittaamiseen. Mallin on todettu sopivan useiden erilaisten palveluiden laadun mittaamiseen, mutta määritetyt ulottuvuudet eivät ole osoittautuneet sopiviksi kaikkien palveluiden osalta. (Cronin & Taylor 1992, 55-56; Grönroos 2015, 116-117.) Toisena kokonaisuutena kritisoidaan SERVQUAL-malliin rinnastettavan kysymyspatteriston täsmällisyyttä. Kysymyspatteriston 22 kysymystä pohjautuvat Parasuramanin ym. (1985) määrittämiin laadun ulottuvuuksiin. Määritetyt kysymykset eivät ole aina pystyneet vastaamaan palveluiden moniulotteisuuteen. Kriittikin vastapainona tunnustetaan kuitenkin SERVQUAL-mallin laaja-alainen hyödynnettävyys. Mallin optimaalisen hyödyntämisen on todettu vaativan asteittaisia mukautuksia ennen varsinaista käyttöönottoa. Erityisesti korostetaan tarpeellisten näkökulmien lisäämistä ja vastaavasti tarpeettomien näkökulmien poistoa. Näkökulmien lisäämisen ja poistamisen tulisi perustua palveluntarjoajan havainnoimiin kehittämiskohteisiin. (Grönroos 2015, 116-117.)

Opinnäytetyön kontekstissa SERVQUAL-mallia täydentävänä kokonaisuutena hyödynnetään Markovicin, Dorcicin ja Krneticin (2015, 190) laatimaa kysymyspatteristoa, joka on integroitu tapahtumien viitekehykseen. Kyselytutkimus toteutettiin paikallisella ruokafestivaalilla, joten se ei ole suoraan hyödynnettävissä NUTS Karhunkierroksen tai Solsticen kontekstissa. Hyödynnettävyys tiivistyy määritettyjen ulottuvuuksien pohjalta luotuun kysymyspatteristoon. Kysymyspatteristossa pyritään havainnoimaan tapahtumakohtaista laatua kuuden pääasiallisen ulottuvuuden mukaan. Määritetyt ulottuvuudet koostuvat informaation paikkansapitävyydestä, ohjelmatarjonnasta, ruokatarjonnasta, palveluhenkilökunnasta, tapahtuman miljööstä sekä tapahtuman tiloista (Liite 2). (Markovic, Dorcic & Krnetic 2015, 190.)

Opinnäytetyön kyselylomakkeeseen halutaan myös sisällyttää tapahtumien aluetaloudellisia vaikutuksia koskevia kysymyksiä. Aluetaloudelliset vaikutukset eivät sisälly opinnäytetyön varsinaiseen teoreettiseen viitekehykseen. Aluetaloudellisia vaikutuksia koskevien kysymysten muoto pohjautuu Hopeasompa 2020 -hiihtokilpailua varten suunniteltuun kyselylomakkeeseen (Järviluoma 2020). Vastaavanlaista mallia on hyödynnetty muun muassa Vuokatti Hiihdon 2017 aikaansaaman matkailukulutuksen mittaamisessa. Mallin kysymysten muotoilu pohjautuu Kuoskun, Kauppilan ja Karjalaisen (2014) jäsentämään kyselylomakkeeseen, jota käytettiin kalastusmatkailun aluetaloudellisten vaikutusten tutkimiseen. (Järviluoma 2017, 36-37.)

5.2.3 Mittaaminen ja mitta-asteikot

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tieteellisen tietopohjan käsitteet muotoillaan mitattaviksi muuttujiksi (Ojasalo ym. 2014, 41). Määritettyjen muuttujien ominaisuuksia havainnoidaan asetettujen numeeristen arvojen avulla. Prosessia kutsutaan mittaamiseksi. Vastaavasti mittarilla tarkoitetaan työkalua, joka mahdollistaa mittausprosessin: mittarin tarkoituksena on linkittää havainnoitavat ominaisuudet numeerisiin arvoihin. Mittausprosessin lopputulemana saadaan mittaus-tulos, jota kutsutaan muuttujan arvoksi. (Gustafsson 2013, 5; Mellin 2005, 40.)

Tilastolliset mitta-asteikot jakautuvat neljään pääkokonaisuuteen. Pääkokonaisuudet koostuvat nominaali- eli luokitteluasteikosta, ordinaali- eli järjestysasteikosta, intervalli- eli välimatka-asteikosta sekä suhdeasteikosta. Nominaali- eli luokitteluasteikko on mitta-asteikosta yksinkertaisin. Luokitteluasteikolla tehdyllä mittauksella kuvataan luokkia, johon mitattavat kohteet kuuluvat. Hyvinä esimerkkeinä tästä toimivat esimerkiksi sukupuoli ja ammatti. Muuttujien arvojen välistä suhdetta ei voida havainnoida laskutoimituksilla. Ordinaali- eli järjestysasteikolla voidaan havainnoida mitattavien kohteiden välistä järjestystä. Esimerkkinä tästä toimii muun muassa kouluarvosanojen mittaaminen. Muuttujien arvojen välistä suhdetta ei ole mielekästä havainnoida millään laskutoimituksilla. Välimatka-asteikko puolestaan mahdollistaa paitsi mitattavien kohteiden järjestyksen havainnoimisen, mutta myös kohteiden suuruuden vertailun. Vertailu on mielekästä toteuttaa yhteen- ja vähennyslaskujen avulla. Välimatka-asteikon eroa suhdeasteikkoon voidaan käsitellä muun muassa asteikon nollakohtaan mukaan: välimatka-asteikollisilla muuttujilla ei ole absoluuttista nollakohtaa, tai nollakohta on sopimuksenvarainen. Esimerkkejä välimatka-asteikollisista muuttujista ovat muun muassa lämpötilat. Vastaavasti suhdeasteikko omaa välimatka-asteikon ominaisuuksien lisäksi myös absoluuttisen nollakohtaan. Suhdeasteikon ominaisuudet mahdollistavat yhteen- ja vähennyslaskujen hyödyntämisen lisäksi myös kerto- ja jakolaskujen käyttämisen. Kerto- ja jakolaskuilla voidaan havainnoida muuttujien välisiä suhteita. Esimerkkejä suhdeasteikollisista muuttujista ovat muun muassa pituus ja paino. (Gustafsson 2013, 7-9; Mellin 2005, 43-46.)

Tilastollisten mitta-asteikoiden lisäksi on tärkeä myös tarkastella muuttujien eroavaisuuksia. Diskreetit muuttujat ovat muuttujia, jotka voivat saada vain tiettyjä erillisiä arvoja. Konkretian tasolla tilannetta voidaan havainnollistaa esimerkiksi mittaamalla vastaajien sukupuolta. Sukupuoli on luokitteluasteikollinen muuttuja, jolle voidaan asettaa arvot mies, nainen ja muu. Vastaavasti jatkuvat muuttujat voivat saada mitä tahansa arvoja joltakin väliltä. Esimerkkejä jatkuvista muuttujista ovat muun muassa pituus, paino ja nopeus. (Mellin 2005, 48.)

5.3 Sisällönanalyysi

Kyselomakkeen tarkoituksena on kerätä informaatiota tutkijan analysoitavaksi. Hirsjärvi ym. (2004, 209-210) painottavat, että kerätty informaatio tulee tarkistaa ennen analysointivaihetta. Tarkistamisen jälkeen puuttuvat tiedot täydennetään ja aineisto järjestetään analysointia varten. Kerätyn informaation analysointi pohjautuu tilastollisiin menetelmiin – tavoitteena on saada tieto koskemaan koko perusjoukkoa (Ojasalo ym. 2014, 104). Perusjoukko mielletään kaikkien havaintoyksiköiden muodostamaksi kokonaisuudeksi. Tapahtumien kontekstissa tämä tarkoittaa esimerkiksi kaikkia tiettyyn tapahtumaan osallistuvia henkilöitä. Kokonaistutkimuksen järjestäminen, eli kaikkien perusjoukkoon kuuluvien havaintoyksiköiden tarkastelu on usein mahdotonta: esteinä tunnistetaan muun muassa erilaiset käytännön syyt sekä olemassa olevat resurssit. Tämän vuoksi tutkimuksissa päädytään usein satunnaisesti valitun joukon analysointiin. Tätä satunnaisesti valittua joukkoa kutsutaan otokseksi. Mikäli havaintoyksiköitä ei voida valikoida satunnaisesti, kyseessä on harkinnanvaraisesti valikoitu joukko. Harkinnanvaraisesti valikoitua joukkoa kutsutaan näytteeksi. (Mattila 2003, 31.)

Otantamenetelmän valintaa tulee peilata tavoiteltavaan otoskoko. Otoksoon määrittämiseen taas vaikuttavat tulosten tarkkuustavoitteet, ajalliset resurssit sekä tutkimuksen toteutustapa. Neljäntenä vaikuttavana tekijänä voidaan pitää vastausten katoa. Vastausten kadon vaikutuksia voidaan minimoida suurentamalla tavoiteltavaa otoskoko. Tavoiteltavaa otoskoko voidaan havainnoida kahden esimerkin avulla. Esimerkiksi koko maata koskevissa mielipidetutkimuksissa tulisi tavoitella 1000-3000 havaintoyksikön muodostamaa joukkoa. Vastaavasti paikallisen tason tutkimuksissa riittää 200-300 havaintoyksikön joukko. (Gustafsson 2013, 10-11; Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 109.) Otantamenetelmät jakautuvat neljään pääkokonaisuuteen. Ensimmäinen pääkokonaisuus pitää sisällään yksinkertaistetun satunnaisotannan. Yksinkertaisessa satunnaisotannassa jokainen perusjoukon havaintoyksikkö numeroidaan. Varsinaiseen otokseen tulevat havaintoyksiköt arvotaan numeeristen arvojen perusteella. Systemaattisessa satunnaisotannassa perusjoukon havaintoyksiköitä verrataan tavoiteltavaan otoskoko. Lopputulemana saadaan suhdeluku, jonka mukaan perusjoukon havaintoyksiköt valikoidaan. Ositettu otanta puolestaan pohjautuu saatavilla oleviin ennakkotietoihin. Tutkija voi esimerkiksi haluta, että yksittäiset asiakassegmentit valikoituvat tasasuuruksina perusjoukon asiakasdemografian keskuudesta. Tavoitteena on luoda mahdollisimman edustava otos. Viimeinen pääkokonaisuus pitää sisällään ryväsotannan. Ryväsotannassa havaintoyksiköistä muodostetaan ensin suurempia rakenteellisia kokonaisuuksia. Varsinainen otanta suoritetaan suurempien kokonaisuuksien pohjalta. (Mattila 2003, 32-34; Vilka 2007, 52-56.)

5.3.1 Aineiston yksiulotteinen tarkastelu

Hirsjärven ym. (2004, 212) mukaan analyysitapojen valintaa tulee peilata varsinaiseen tutkimusongelmaan tai tutkimustehtävään. Mitkä analyysitavat tuovat vastauksen asetettuihin ongelmiin? Opinnäytetyön oleelliset yksiulotteiset tarkastelumetodit koostuvat frekvenssijakaumista, graafisista kuvioista sekä tilastollisista tunnusluvuista. Opinnäytetyön kontekstissa keskitytään määrällisiin analyysitapoihin: laadullisen aineiston analyysitavat tuodaan perusteellisesti esille Kankkusen ja Vehviläinen-Julkusen (2013, 163-166) kirjallisuudessa.

Frekvenssijakauman tarkoituksena on saada tilastoyksiköt tiivistettyyn esitysmuotoon. Vastavasti frekvenssien tarkoituksena on kuvata tietyn arvon esiintymistiheyttä. Frekvenssijakaumien käyttö vaatii tiettyjen tunnuspiirteiden havainnoimista. Frekvenssijakauman lähtökohtana on tietyn muuttujan arvot (x). Kerättyjen vastausten lukumäärää kuvataan kirjaimella n . Muuttujan arvot jaotellaan määritettyihin luokkiin. Luokkien suuruutta voidaan puolestaan kuvata muun muassa frekvenssien, suhteellisten frekvenssien sekä prosentuaalisten frekvenssien avulla. (Gustafsson 2013, 12; Vilka 2007, 121.)

Tilastollisen aineiston graafiset esitystavat pitävät sisällään muun muassa vaakapylväskuvion, pystypylväskuvion, histogrammin, hajontakuvion sekä boxplot-kuvion. Graafisten esitystavojen käyttöön liittyy mitta-asteikollisia vaatimuksia. Laadullisten muuttujien, eli luokitteluasteikollisten sekä järjestysasteikollisten muuttujien havainnollistamiseen voidaan käyttää esimerkiksi vaakapylväskuvioita, pystypylväskuvioita sekä boxplot-kuvioita. Vastaavasti määrällisiä muuttujia, eli välimatka-asteikollisia ja suhdeasteikollisia muuttujia voidaan havainnollistaa histogrammeilla sekä hajontakuvioilla. (Gustafsson 2013, 16-20.)

Tilastollisilla tunnusluvuilla voidaan syventää frekvenssijakaumien havaintoja. Yksiulotteisen jakauman tunnusluvut voidaan jaotella sijaintilukuihin, hajontalukuihin, vinouslukuihin ja huipukkuuslukuihin (Vilka 2007, 121-128). Opinnäytetyön analysointiosuus painottuu sijainti- ja hajontalukujen hyödyntämiseen. Sijaintiluvut kuvaavat muuttujan tyyppillistä arvoa ja sijaintia. Opinnäytetyön analysointiosuuden oleelliset sijaintiluvut pitävät sisällään moodin sekä aritmeettisen keskiarvon. Moodi kuvaa luokitellun havaintoaineiston suurinta frekvenssiä, kun taas aritmeettinen keskiarvo mahdollistaa keskilukujen havainnoinnin. Vastaavasti hajontaluvut kuvaavat muuttujan arvojen vaihtelun suuruutta. Opinnäytetyön kontekstissa hajontalukujen käyttäminen painottuu keskihajontaan. Keskihajonta kuvaa havaintojen keskimääräistä etäisyyttä laskettuun keskiarvoon. (Gustafsson 2013, 21-29.)

5.3.2 Aineiston kaksiulotteinen tarkastelu

Muuttujia voidaan käsitellä myös samanaikaisesti – tällöin kyse on kaksiulotteisesta tarkastelusta. Kaksiulotteisella tarkastelulla pyritään selvittämään muuttujien välisiä yhteyksiä. Muuttujien välistä yhteyttä tarkastellaan usein yhteyden mahdollisen olemassaolon, voimakkuuden ja luonteen perusteella. Tarkastelun pohjana on muuttujien välinen järjestys: selittäviä muuttujia kuvataan koordinaatiston x-akselilla, kun taas selitettäviä muuttujia kuvataan koordinaatiston y-akselilla. Selittävillä muuttujilla pyritään havainnoimaan muuttujien välisen yhteyden syytä. Vastaavasti selitettävillä muuttujilla kuvataan yhteyden seurausta. (Gustafsson 2013, 31; Heikkilä 2014, 11.) Opinnäytetyön kontekstissa aineiston kaksiulotteista tarkastelua lähestytään kontingenssikertoimen sekä Pearsonin korrelaatiokertoimen avulla. Lisäksi tuodaan esille tekijöitä muuttujien välisen riippuvuussuhteiden todistamisen taustalla. Opinnäytetyön analysointivaiheen vaatimat kaavat tuodaan esille opinnäytetyön liitteissä (Liite 3 1/2).

Kontingenssikertoimen (C) lähtökohtana on kahdesta muuttujasta koostuva ristiintaulukointi. Tässä tapauksessa muuttujilla ei ole mitta-asteikollisia vaatimuksia. Ristiintaulukoinnin sarake-muuttujaksi merkitään selittävä muuttuja, kun taas rivimuuttujaksi merkitään selitettävä muuttuja. Muodostuvia frekvenssejä voidaan havainnoida rivisummien, sarakesummien sekä kokonaissumman perusteella. Kontingenssikertoimen laskeminen voidaan jakaa kolmeen välivaiheeseen. Ensimmäisenä lasketaan odotetut frekvenssit, joiden laskeminen pohjautuu ristiintaulukoinnin rivi- ja sarakesummiin. Odotettujen frekvenssien laskeminen mahdollistaa khii toiseen arvon laskemisen. Khii toiseen -arvolla kuvataan muuttujien välistä riippuvuussuhdetta havainnoimalla frekvenssien ja odotettujen frekvenssien eroavaisuuksia. Vastaavasti khii toiseen -arvon laskeminen mahdollistaa kontingenssikertoimen laskemisen. Kontingenssikertoimen arvon ollessa nolla, muuttujien välillä ei esiinny riippuvuutta. Ristiintaulukoitujen arvojen riippuvuussuhteen kasvaessa, myös kontingenssikertoimen arvo kasvaa. Lasketun kontingenssikertoimen vastaava maksimi-arvo voidaan selvittää erillisen kaavan avulla. (Gustafsson 2013, 31-36.)

Analysointiosuutta voidaan täydentää hyödyntämällä kontingenssikertoimen välivaiheena lasketua khii toiseen -arvoa. Khiin neliö -testi on tilastollinen testi, jolla voidaan testata muuttujien välistä riippuvuutta. Testauksen pohjana on määritetyt hypoteesit. Nollahypoteesi on oletamus, jonka mukaan ristiintaulukoitujen muuttujien välillä ei ole riippuvuutta. Tätä vastoin varsinaisen hypoteesi pitää sisällään oletamuksen, jonka mukaan muuttujien välillä on riippuvuussuhde. Riippuvuussuhteen havainnoiminen vaatii kriittisen arvon etsimistä khii toiseen -jakaumataulu-

kosta (Liite 3 2/2). Kriittisen arvon suuruus riippuu määritetystä vapausasteluvusta sekä käytettävästä merkitsevyystasosta. Lopputulemana kriittistä arvoa verrataan saatuun khii toiseen -arvoon. Kriittisen arvon ollessa khii toiseen -arvoa suurempi, nollahypoteesi saa tukea ja varsinainen hypoteesi hylätään. Vastaavasti tilanteen ollessa päinvastainen, varsinainen hypoteesi saa tukea ja nollahypoteesi hylätään. (Heikkilä 2014, 12-13.)

Vastaavasti Pearsonin korrelaatiokerroin (r) kuvaa muuttujien välistä lineaarista riippuvuutta. Kerroin voidaan laskea vähintään välimatka-asteikollisille muuttujille. Pearsonin korrelaatiokerroin voi saada arvoja -1 ja 1 välillä. Korrelaatiokertoimen arvo -1 kuvaa voimakasta negatiivista riippuvuutta, kun taas arvo 1 kuvastaa voimakasta positiivista riippuvuutta. Muuttujien luokittelu noudattaa kaksiulotteisen tarkastelun yleistä mallia: selittävä muuttuja kuvataan x-akselilla, kun taas selitettävä muuttuja kuvataan koordinaatiston y-akselilla. Muuttujien välistä riippuvuussuhdetta voidaan havainnoida laskennallisen selityksasteen avulla. Selityksaste kuvaa, kuinka suuren osan selittävä muuttuja (x) selittää selitettävän muuttujan (y) vaihtelusta. (Heikkilä 2014, 10-11.)

Pearsonin korrelaatiokertoimen laskentaan liittyy matemaattinen ristiriita, joka ilmenee monissa tutkimuksissa. Korrelaatiokerroin voidaan laskea vähintään välimatka-asteikollisille muuttujille, mutta vaatimuksesta voidaan joustaa tietyissä tilanteissa. Yksi tilanne koskee kyselytutkimuksissa esiintyviä mielipidekysymyksiä. Lähtökohtaisesti mielipiteet ilmaistaan laadullisella asteikolla, mutta laadulliset vastausvaihtoehdot voidaan koodata numeerisiksi arvoiksi. Tällöin myös järjestyksasteikollisten muuttujien, kuten Likert-asteikoiden, pohjalta voidaan tehdä kausaalisia tulkin-toja. Käytön tulee kuitenkin palvella tutkimuksen tavoitteita. (Paaso 2003, 25.)

Kaksiulotteisen tarkastelun yhteydessä on myös tärkeä huomioida sattumanvaara. Tilastollisella merkitsevyystasolla kuvataan riippuvuuden mittaamiseen liittyvää riskitasoa. Tilastoissa merkitsevyystaso kuvataan p-arvona – tilasto-ohjelmissa vastaava lyhenne on sig. Tilastollista merkitsevyyttä voidaan havainnoida kolmen viitearvon mukaan. (Heikkilä 2014, 7.)

- Tilastollisesti erittäin merkitsevä tulos: $p \leq 0,001$
- Tilastollisesti merkitsevä tulos: $0,001 < p \leq 0,01$
- Tilastollisesti melkein merkitsevä tulos: $0,01 < p \leq 0,05$

5.4 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimusprosessin yksi pääasiallisista tavoitteista on rakenteellisten virheiden ja virheellisten tulokintojen välttäminen. Tutkimusprosessin aikana voi kuitenkin esiintyä tutkimustuloksiin vaikuttavia epäkohtia. Täten on erittäin tärkeä pyrkiä havainnoimaan tutkimuksen kokonaisluotettavuutta. Kokonaisluotettavuuden arviointi on moniulotteinen kokonaisuus, johon voidaan rinnastaa useita arviointitapoja. Tutkimuksen kokonaisluotettavuuden käsitteestä voidaan kuitenkin tunnistaa kaksi selkeää alakäsitettä. Pinnallistuvat alakäsitteet koostuvat tutkimuksen reliabiliteetista ja validiteetista. (Hirsjärvi ym. 2004, 216; Vilka 2007, 152.)

Reliabiliteetilla tarkoitetaan kykyä toistaa saadut mittaustulokset. Määrittelyosuuden toinen pääkohta linkittyy tulosten sattumanvaraisuuteen: käytettyjen mittarien tulisi pystyä tuottamaan ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 189.) Reliabiliteetin arviointia voidaan lähestyä monella eri tavalla. Lähestymistavat koostuvat mittarin sisäisen johdonmukaisuuden arvioinnista sekä pysyvyyden ja vastaavuuden tarkastelusta. Mittarin sisäisen johdonmukaisuuden arvioinnilla tarkastellaan osamittarin muuttujien samankaltaisuutta. Cronbachin alfa-kerroimen laskeminen on toimiva tapa sisäisen johdonmukaisuuden testaamiseen. Saatu alfa-kerroin vaihtelee arvojen 0 ja 1 välillä. Uusien mittarien kohdalla arvo 0,7 kuvastaa hyvää sisäistä johdonmukaisuutta. Reliabiliteetti voidaan myös osoittaa tutkimalla samoja kohdehenkilöitä erillisillä tutkimuskerroilla. Kohdehenkilöiden vastatessa samalla tavalla, saatu tulos on reliabeli. Vastaavuuden arviointi pohjautuu toisen tutkijan hyödyntämiseen: toisen tutkijan päätyessä samoihin tuloksiin, tulos on reliabeli. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 194-195.) Lisäksi Vilka (2007, 150) painottaa, että reliabiliteetin arvioinnissa tulisi kiinnittää huomiota myös muihin kokonaisuuksiin. Esitetyt kokonaisuudet pitävät sisällään otoskoon edustavuuden, vastausprosentin, tutkijan huolellisuuden sekä esiintyvät mittausvirheet. (Vilka 2007, 150.)

Tutkimus on validi, mikäli asetetut mittarit pystyvät mittaamaan niitä kokonaisuuksia, joita niiden tuleekin mitata. Esimerkiksi monissa kyselylomakkeissa päädytään tilanteeseen, jossa tutkija ei ole pystynyt operationalisoimaan teoreettisia käsitteitä tarpeeksi selkeästi. Toisin sanoen, teoreettisia käsitteitä ei ole pystytty tuomaan arkikielen tasolle, mikä vaikuttaa olennaisesti vastaajien ymmärrykseen. (Hirsjärvi ym. 2004, 216-217.) Käsitteiden operationalisoinnin lisäksi tunnustetaan muitakin tutkimuksen validiteettiin vaikuttavia osatekijöitä. Tutkijan tulisi arvioida kriittisesti muun muassa kysymysten ja vastausvaihtoehtojen sisältöä ja muotoilua, valittujen asteikoiden toimivuutta sekä mittareissa esiintyviä epätarkkuuksia. (Vilka 2007, 150.)

6 Kehittämistyön toteuttaminen ja tulkitseminen

Tässä pääluvussa opinnäytetyön teoreettiset kokonaisuudet yhdistyvät konkreettiseksi lopputuotokseksi. Pääluvun tarkasteluosuus alkaa opinnäytetyön vaiheittaisella kuvauksella. Alaluvun tarkoituksena on kuvata opinnäytetyön lopputuotoksena syntyvän kehittämistyön ajallista prosessia. Toisen alaluvun sisältökokonaisuudet pohjautuvat kyselytutkimuksen lähtökohtiin sekä konkreettiseen toteutukseen. Kolmannessa alaluvussa pyritään paitsi esittelemään luodun kyselylomakkeen sisältö, mutta myös perustelemaan kyselylomakkeen taustalla tehtyjä valintoja. Neljäs alaluku pohjautuu kyselytutkimuksen analysointivaiheeseen. Opinnäytetyön tekijä pyrkii tuomaan esille esimerkkejä tarkastelumethodien hyödyntämisestä. Vastaavasti viides alaluku käsittelee tutkimuksen reliabiliteetin ja validiteetin tulkintaa. Mitkä tekijät voivat vaikuttaa luodun kyselytutkimuksen luotettavuuteen ja pätevyteen?

6.1 Kehittämistyön vaiheittainen kuvaus

Opinnäytetyön ajallista prosessia voidaan kuvata tutkimuksellisen kehittämistyön rakenteen avulla. Ojasalon ym. (2014, 26-48) määrittelyosuuden mukaan tutkimuksellisen kehittämistyön rakennetta voidaan kuvata kahdeksan tasapainoisen vaiheen mukaan. Ensimmäisessä vaiheessa korostetaan mielekkään kohteen löytämistä ja alustavan tavoitteen määrittämistä. Opinnäytetyön tekijä löysi opinnäytetyön aiheensa hanke-esittelyn lopputulemana. Aiheen alustavana tavoitteena oli kerätä kvantitatiivista tutkimusaineistoa NUTS Karhunkierroksen sekä Solsticen asiakailta.

Tutkimuksellisen kehittämistyön toisessa vaiheessa opinnäytetyön tekijä pyrki luomaan kattavan kuvan toimeksiantajan taustoista. Selvityksen alustavina painopisteinä toimivat Ruka-Kuusamo Matkailu ry:n tavoitteiden selvittäminen, toimintaympäristön havainnointi sekä organisaatiokulttuurin hahmottaminen. Menetelmiksi valikoituivat vapaamuotoiset haastattelut, ohjaustapaamiset sekä dokumenttianalyysit. Lisäksi opinnäytetyön tekijä loi selkeän kuvan NUTS Karhunkierros- sekä Solstice-tapahtumista. Vastaaviksi menetelmiksi valikoituivat dokumenttianalyysit sekä opinnäytetyön tekijän omakohtainen havainnointi.

Kolmas vaihe pitää sisällään kehittämistyön määrittämisen ja aiheen rajaamisen. Opinnäytetyön ensisijaisena pyrkimyksenä oli toteuttaa kvantitatiivinen tutkimus, jonka pääasiallisena tarkoituk-

sena olisi ollut NUTS Karhunkierroksen ja Solsticen laatukäsitteiden vertaaminen. Vastaavana tavoitteena oli laatukäsitteen eroavaisuuksien havainnoiminen: asetettu tavoite olisi mahdollistanut tapahtumien nykytilojen havainnoimisen sekä tilastollisten johtopäätöksien tekemisen. COVID-19-pandemia vaikutti kuitenkin olennaisesti opinnäytetyön luonteeseen: pandemiatilanteen kokoontumisrajoitusten vuoksi tapahtumia ei voitu järjestää lainkaan. Lopputulemana opinnäytetyön lähestymistapa muuttui kvantitatiivisesta tutkimuksesta tutkimukselliseksi kehittämistyöksi. Vastaavaksi kehittämistehtäväksi muotoutui asiakkaiden laatukäsitteisiin, tapahtumakohtaiseen kokonaislaatuun ja asiakastyytyväisyyteen pohjautuvan kyselytutkimuspohjan luominen. Alustava tavoite on pysynyt samankaltaisena: muodostuva uudistamisperustainen kehittämistyö mahdollistaa tapahtumien nykytilan havainnoinnin sekä kehittämisen.

Ojasalon ym. (2014, 34) mukaan neljäs vaihe koostuu tietoperustan muodostamisesta. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostaa kaksiosaisen kokonaisuuden. Kokonaisuudet koostuvat asiakasnäkökulmasta sekä tapahtumajärjestäjän näkökulmasta. Asiakasnäkökulma koostuu pääosin asiakaskäyttäytymisen alle lukeutuvista teoriakokonaisuuksista. Lisäksi pyritään havainnoimaan asiakkaan subjektiivista laatukäsitettä. Vastakkainasetteluna asiakasnäkökulmalle toimii tapahtumajärjestäjän näkökulma. Tapahtumajärjestäjän näkökulman tärkeimpiä teoreettisia kokonaisuuksia ovat tapahtumien määrittelyosuus, tapahtumakohtainen laatukäsite sekä laadun kehittämiseen liittyvät toimenpiteet. Lisäksi pyritään havainnoimaan eroavaisuuksia asiakaskokemusten ja elämyksien välillä.

Tutkimuksellisen kehittämistyön viidennen vaiheen pääkohtana on lähestymistavan valitseminen. Opinnäytetyön tuotoksena muodostuvaa kyselytutkimuspohjaa on lähestytty tapaustutkimuksen näkökulmasta. Lähestymistavan valintaa voidaan perustella kahden taustatekijän avulla. Ensimmäisenä taustatekijänä tunnistetaan tapaustutkimuksen luonne: tapaustutkimuksen tarkoituksena on tuottaa tietoa kohteesta tieteellisen tutkimuksen tavoitekentän mukaisesti. Toiseksi opinnäytetyön tekijä tiedostaa tapaustutkimuksen rakenteen rinnastettavuuden Demingin (1986) laadun kehittämisen PDCA-malliin. PDCA-malli on neliosainen kokonaisuus, joka koostuu suunnitteluvaiheesta, tekovaiheesta, tarkastusvaiheesta sekä muutosvaiheesta (Drummond & Anderson 2004, 85). Rakenteiden samankaltaisuutta voidaan kuvata lopputuotoksen näkökulmasta. Tapaustutkimuksessa luodaan selkeä uudistamisperusteinen kehittämissuositus johonkin ilmiöön. Opinnäytetyön kyselytutkimuspohja toimii vastaavana kehittämissuosituksena: lopputuotoksella tullaan saavuttamaan PDCA-mallin tarkastusvaihe, muttei päästä tekemään muutosvaiheen konkreettisia muutoksia. Konkreettisten muutosten tekemisen tiellä on mittaustulosten puuttuminen, sillä opinnäytetyön tekijä ei tule toteuttamaan kyselytutkimusta käytännössä.

Opinnäytetyön tekijä pyrkii kuitenkin paitsi haastamaan toimeksiantajan ajattelumalleja, mutta myös kuvaamaan erilaisia toimenpiteitä, joilla tapahtumia saadaan kehitettyä.

Kuudes vaihe koostuu kehittämistyötä tukevien menetelmien valinnasta. Opinnäytetyön kontekstissa on käytetty hyväksi sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia menetelmiä. Kyselytutkimuspohjan tekemiseen rinnastettavat kokonaisuudet koostuvat suurilta osin kvantitatiivisista menetelmistä. Luotujen kyselylomakkeiden sisällöt, rakenteet ja analysointitavat noudattavat kvantitatiivisen tutkimuksen yleisesti hyväksytyjä periaatteita. Vastaavina kvalitatiivisina menetelminä on hyödynnetty muun muassa haastatteluja, havainnointia, benchmarkkausta ja dokumenttianalyysejä.

Tutkimuksellisen kehittämistyön seitsemäs rakenteellinen kokonaisuus pitää sisällään tulosten jakamisen. Opinnäytetyön lopputuotos jaetaan käytännön yhteisöjen tietoisuuteen: kehittämistyöt ovat organisaatiokohtaisia, joten niitä ei arvioida tieteellisten yhteisöjen keskuudessa. Opinnäytetyön raportointiosuuden loppuvaiheessa opinnäytetyön tekijä pyrkii paitsi kuvaamaan kehittämisprosessia, mutta myös avaamaan lopputuotoksen taustalla tehtyjä valintoja.

Kehittämistyön viimeinen vaihe kulminoituu työn arviointiin. Tämän opinnäytetyön arviointi pohjautuu opinnäytetyön tekijän itsearviointiin lisäksi myös ohjausryhmän sekä toimeksiantajan palautteenantoon. Palautteenanto suoritetaan viimeisten ohjaustapahtumien yhteydessä. Arvioinnin pääpainona on kehittämistyön onnistumisen arviointi sekä asetettujen tavoitteiden saavuttaminen.

6.2 Kyselytutkimuksen lähtökohdat ja toteutus

Tässä alaluvussa pyritään havainnoimaan kyselytutkimuksen rakentamisen lähtökohtia. Miten teoreettiset kokonaisuudet on pystytty siirtämään osaksi kyselytutkimuspohjaa? Käsiteltävät pääkohdat voidaan jakaa kolmeen alakokonaisuuteen. Ensimmäisenä alakokonaisuutena kuvataan prosessia tutkimusongelman ja hypoteesin asettamisen taustalla. Toiseksi käsitellään NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumien havaittuja tunnuspiirteitä. Vastaavasti kolmantena alakokonaisuutena syvennytään konkreettiseen toteutukseen. Kolmannessa alakokonaisuudessa pyritään paitsi kuvaamaan erilaisia tunnuspiirteitä, jotka on otettu huomioon kyselytutkimuksen taustalla, mutta myös antamaan toimeksiantajalle konkreettisia ohjeita toteutusta varten.

6.2.1 Tutkimusongelma ja hypoteesi

Opinnäytetyössä pyritään yhdistämään kvantitatiivisia sekä kvalitatiivisia menetelmiä. Muodostuvana lopputuotoksena on kuitenkin kvantitatiivinen kyselytutkimuspohja, mikä vaikuttaa olennaisesti valittuihin lähestymistapoihin ja menetelmiin. Opinnäytetyön tekijä on lähestynyt kyselytutkimuspohjan tekemistä perinteisen tutkimuksen tavoin: lähtökohdan tarkasteluosuus kohdistuu tavoiteltavaan tietoon. Mitä tietoa tutkimuksesta tarvitaan? Asetettuun kysymykseen on lähdetty hakemaan vastausta tutkimusongelman avulla. Opinnäytetyön varsinainen tutkimusongelma voidaan muotoilla seuraavalla tavalla: ”Mitkä tapahtuman laatu-ulottuvuudet korostuvat muodostuvan asiakaskokemuksen taustalla?” Tutkimusongelman avulla pyritään havainnoimaan tapahtumakohtaisia teknisen ja toiminnallisen laadun elementtejä, jotka muodostavat asiakkaan tyytyväisyyden tai tyytymättömyyden. Varsinaisen tutkimusongelman tueksi on asetettu apukysymys. Apukysymys voidaan muotoilla seuraavasti: ”Esiintyykö asiakkaan laatumielikuvan ja asiakastytyväisyyden välillä tilastollista riippuvuutta?” Apukysymyksellä pyritään hahmottamaan kausaalista suhdetta asiakkaan odottaman laadun ja todellisen toteuman välillä. Kyseinen vastakainasettelu tuodaan ilmi Parasuramanin ym. (1985) kuiluanalyysimallin viidennessä kuilussa (Kotler 2017, 585).

Kyselytutkimuksen lähtökohtia on tehostettu asettamalla hypoteesi. Puustisen ja Rouhaisen (2007, 172) määrittelyosuuden mukaan asiakkaan kokemukset palvelun laadusta muodostavat kausaalisen suhteen tyytyväisyyden kanssa. Määrittelyosuutta pyritään syventämään nostamalla esiin ajattelutapa, jonka mukaan asiakastytyväisyys puolestaan johtaa pitkäaikaisiin asiakassuhteisiin. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 172.) Opinnäytetyön hypoteesi noudattaa varsinaisen tutkimusongelman tueksi asetetun apukysymyksen sisältöpohjaa. Hypoteesi voidaan muotoilla seuraavalla tavalla: ”Asiakkaan laatumielikuvan ja asiakastytyväisyyden välillä esiintyy tilastollista riippuvuutta.”

6.2.2 Tapahtumien tunnuspiirteet

Toisena merkittävänä lähtökohtana on pyritty havainnoimaan NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumien tunnuspiirteitä. Havainnoinnin pohjana on käytetty teorioista pinnallistuvia käsitteitä sekä erilaisia dokumentteja. Opinnäytetyön tekijä tunnistaa NUTS Karhunkierroksen urheilutapahtumaksi, jonka sisältö pohjautuu sekä harrastelija- että ammattilaistason polkujuoksuun. Tapahtuman osallistujakunta painottuu pääosin aktiivisiin osallistujiin – passiivisten osallistujien,

eli katsojien, suhde varsinaisiin kisavieraisiin on vähäinen. Tapahtumaan osallistuvien henkilöiden motivaatiotekijät painottuvat fyysisiin-, emotionaalisiin-, yksilöllisiin- sekä itsensä kehittämiseen liittyviin motiiveihin. Bowdinin ym. (2006, 16-17) määrittelyosuuden mukaan NUTS Karhunkierros profiloituu kokonsa ja vaikuttavuutensa mukaan merkittäväksi tapahtumaksi. Merkittävät tapahtumat onnistuvat houkuttelemaan osallistujia tapahtumapaikan välittömän läheisyyden ulkopuolelta. Toiseksi NUTS Karhunkierros onnistuu luomaan aluetaloudellisia kerrannaisvaikutuksia. Opinnäytetyön tekijä tunnistaa NUTS Karhunkierroksen mahdollisuuden nousta vakiintuneen tapahtuman asemaan tulevina vuosina. Vakiintuneet tapahtumat ovat iskostuneet kuluttajan mieliin niiden sijainnin ja olemuksen takia (Bowdin ym. 2006, 17). Lisäksi NUTS Karhunkierroksen asemaa voidaan havainnoida tapahtuman toteutustavan näkökulmasta. Opinnäytetyön tekijä tunnistaa NUTS Karhunkierros -tapahtumassa kattotapahtuman piirteitä. Tunnistetut piirteet linkittyvät NUTS-tapahtumakonseptiin sekä NUTS-tapahtumakonseptin alle lukeutuvien tapahtumien samankaltaisiin sisältöihin.

Solstice puolestaan profiloituu taide- ja viihdetapahtumaksi, jonka sisältöpohja keskittyy vaihtoehtomusiikkiin sekä moderniin taiteeseen. Tapahtumaan osallistuvien henkilöiden motiivit painottuvat emotionaalisiin-, yksilöllisiin-, kulttuurisiin- sekä statustekijöihin. Solstice-tapahtuman toimintaa rinnastaa sen uutuusarvo: tapahtuma järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2019. Täten Solstice profiloituu kooltaan ja vaikuttavuudeltaan paikalliseksi tapahtumaksi. Paikallisen tapahtuman järjestämisessä hyödynnetään usein alueen yritysten sekä yksityishenkilöiden työpanosta. Vastaavat tarkoitusperät linkittyvät yhtenäisyyden kasvattamiseen. (Bowdin ym. 2006, 16-17.) Toisaalta Solsticen toiminnasta voidaan myös tunnistaa merkittävän tapahtuman tunnuspiirteitä: Solstice onnistuu paitsi houkuttelemaan osallistujia tapahtumapaikan välittömän läheisyyden ulkopuolelta, mutta myös luomaan aluetaloudellisia kerrannaisvaikutuksia. Vallon ja Häyriksen (2012, 61-62) määrittelyosuuden mukaan Solstice profiloituu toteutustavaltaan itse rakennetuksi tapahtumaksi.

Getz (2008, 403) havainnoi määrittelyosuudessaan tapahtumamatkailun suhdetta matkailuelinkeinon kokonaiskuvaan. Opinnäytetyön tekijä tunnistaa NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumien mahdollistavan Ruka-Kuusamo alueen positiivisen kehityskulun. Toiseksi molemmat tapahtumat vaikuttavat myönteisesti matkailualueen imagoon. Esimerkkinä tästä toimii molempien tapahtumien arvomaailma: NUTS Karhunkierros ja Solstice korostavat markkinoinnissaan tapahtumatuotannon yhteydessä huomioituja ympäristöllisiä arvoja sekä vastuullisia periaatteita.

6.2.3 Kyselytutkimuksen tunnuspiirteet

Kolmantena alakokonaisuutena pyritään huomioimaan erilaisia tunnuspiirteitä, jotka on huomioitu kyselytutkimuksen taustalla. Käsiteltävät alakokonaisuudet koostuvat kyselyn toteutustavasta, perusjoukosta, otannasta, otantamenetelmästä sekä analysoinnin tasoista. Käsitelyosuuden yhteydessä opinnäytetyön tekijä pyrkii antamaan toimeksiantajalle konkreettisia ohjeita toteutusta varten. Konkreettiset ohjeet on koottu yhteen vaiheittaiseksi kuvaukseksi (Liite 4). Vaiheittainen kuvaus toimii selkeänä ohjenuorana toimeksiantajalle kyselytutkimuksen toteuttamista varten.

Opinnäytetyön lopputuotoksena muodostettu kyselytutkimuspohja on toteutustavaltaan verkkokysely, jonka vastauslinkki lähetetään sähköpostitse tavoiteltaville havaintoyksiköille. Verkkokyselyn vahvuksina tunnistetaan helppous, toteutuksen kustannustehokkuus sekä tietojen vaivaton analysointi (Brunt ym. 2017, 36-37). Opinnäytetyön tekijä suosittelee toimeksiantajaa toteuttamaan kyselytutkimuksen ensisijaisesti Webropol-verkkoalustan välityksellä. Toissijaisena suosituksena toimii Google Forms -lomaketyökalu.

Kyselytutkimuksen perusjoukon, otannan sekä otantamenetelmän lähtökohtina on huomioitava tapahtumien tunnuspiirteitä. Aikaisempien tapahtumien osallistujamäärät tarjoavat suuntaa antavaa informaatiota. Vuoden 2019 NUTS Karhunkierros keräsi osakseen yhteensä 2715 osallistujaa (NUTS Karhunkierros n.d.c). Solstice on kokoluokaltaan huomattavasti pienempi. Kokoluokkien hahmottaminen mahdollistaa perusjoukon määrittämisen. Opinnäytetyön kontekstissa perusjoukolla tarkoitetaan tapahtumiin osallistuvien henkilöiden hypoteettista lukumäärää. Opinnäytetyön tekijä suosittelee, että NUTS Karhunkierroksen perusjoukkona käytetään 3000:ta havaintoyksikköä. Vastaavasti Solsticen perusjoukkoa käsitellään 500:n havaintoyksikön kokonaisuutena.

Gustafssonin (2013, 10-11) määrittelyosuuden mukaan otoskoon määrittämiseen vaikuttavat muun muassa tulosten tarkkuustavoitteet, ajalliset resurssit sekä tutkimuksen toteutustapa. Lisäksi korostetaan vastausten kadon merkitystä (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 109). Opinnäytetyön kontekstissa NUTS Karhunkierroksen tavoiteltava otoskoko koostuu 300:sta satunnaisesti valitusta havaintoyksiköstä. Vastaavasti Solsticen tavoiteltava otoskoko koostuu 125:stä satunnaisesti valitusta havaintoyksiköstä. Määritettyjä otoskokoja voidaan perustella muutaman taustatekijän avulla. Ensimmäisenä tekijänä tunnistetaan tulosten tarkkuustavoitteet: opinnäytetyön kontekstissa merkitsevyyškertoimena käytetään varsin suurta p-arvoa (0,05).

Toiseksi opinnäytetyöntekijä mieltää molempien tapahtumien perusjoukot suhteellisen homogeenisiksi. Homogeenisyyttä lisää luodun kyselytutkimuksen tavoite: tulosten analysoinnissa painotetaan behavioristisia tekijöitä vastaajien demografisten tekijöiden sijaan. Kolmantena tekijänä tunnustetaan kyselyn toteutustapa: verkkoalustaiseen kyselyyn on helppo vastata, mikä minimoi odotettavissa olevaa vastausten katoa. Mikäli vastauksissa ilmenee merkittävää katoa, opinnäytetyön tekijä suosittelee toimeksiantajaa muistuttamaan vastaajia kyselyn olemassaolosta.

Miten perusjoukon havaintoyksiköt valitaan tavoiteltavaan otokseen? Opinnäytetyön kontekstissa otantamenetelmänä käytetään systemaattista satunnaisotantaa. Systemaattisessa satunnaisotannassa perusjoukon havaintoyksiköitä verrataan tavoiteltavaan otoskokoan. Lopputulemana saadaan suhdeluku, jonka mukaan perusjoukon havaintoyksiköt valikoidaan. (Vilka 2007, 52-53.) NUTS Karhunkierroksen kohdalla suhdeluku on 10, kun taas Solsticen kohdalla vastaava suhdeluku on 4. Suhdeluvun määrittämisen jälkeen perusjoukon keskuudesta valitaan satunnaisesti yksi havaintoyksikkö, josta varsinainen valikointi lähtee liikkeelle. Valikointia jatketaan niin kauan, kunnes tavoiteltava otoskoko saavutetaan. Opinnäytetyön tekijä pyrkii havainnollistamaan prosessia oheisessa taulukossa (taulukko 1).

Taulukko 1. Systemaattinen satunnaisotanta.

	NUTS Karhunkierros	Solstice
Perusjoukko	3000	500
Tavoiteltava otoskoko	300	125
Suhdeluku (perusjoukko/otoskoko)	$3000/300 = 10$	$500/125 = 4$
Satunnainen havaintoyksikkö	41	12
Valikointi	41, 51, 61, 71, 81, 91, 101, 111, 121, 131...	12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40, 44, 48, 52...

Kyselytutkimuksen suunnitteluvaiheessa on myös määritettävä analysoinnin tasot. Opinnäytetyön kontekstissa tulosten analysointia lähestytään sekä yksiulotteisen tarkastelun että kaksiulotteisen tarkastelun näkökulmista. Opinnäytetyön oleellimmat yksiulotteiset tarkastelumetodit

koostuvat frekvenssijakaumista, graafisista kuvioista sekä tilastollisista tunnusluvuista. Opinnäytetyön analysointiosuudessa hyödynnettävät graafiset kuviot koostuvat vaakapylväskuvioista, pystypylväskuvioista, histogrammeista sekä hajontakuvioista. Opinnäytetyön tärkeimmät tilastolliset tunnusluvut pitävät sisällään moodin, aritmeettisen keskiarvon sekä keskihajonnan. Vastaa- vasti aineiston kaksiulotteista tarkastelua lähestytään kontingenssikertoimen sekä Pearsonin korrelaatiokertoimen avulla. Analysoinnin tasoihin sekä tarkastelumethodien konkreettiseen hyödyn- tämiseen paneudutaan perusteellisemmin alaluvussa 6.4 (Opas analysointivaiheeseen).

6.3 Kyselylomakkeen sisältö

Opinnäytetyön lopputuotoksena muodostetun kyselytutkimuspohjan kyselylomake on selkeästi jäsennelty kokonaisuus, joka koostuu neljästä osasta. Ensimmäinen osa pitää sisällään vastaajien taustatiedot. Toinen osa koostuu tapahtumien teknisten ja toiminnallisten laatu-ulottuvuuksien havainnoinnista. Kolmannessa osassa paneudutaan tapahtumien aluetaloudellisiin vaikutuksiin. Vastaa- vasti neljäs osa sisältää arvontalomakkeen. Tapahtumakohtaiset kyselylomakkeet tuodaan esille opinnäytetyön liitteissä. NUTS Karhunkierroksen (Liite 5) ja Solsticen (Liite 6) kyselylomak- keet ovat rakenteellisesti täysin samanlaisia, mutta ne sisältävät kaksi sisällöllistä poikkeusta. Si- sällölliset poikkeukset ovat havaittavissa kyselylomakkeen ensimmäisessä ja toisessa osassa. Poikkeuksia käsitellään perusteellisemmin tulevissa alaluvuissa. Kyselylomakkeiden samankaltai- suuden takia, tulevien alalukujen käsittelyosuudet toteutetaan yksikkömuodossa.

Kyselylomakkeessa on havaittavissa toistuvia rakenteellisia tunnuspiirteitä, jotka toimeksiantajan on hyvä ottaa huomioon. Ensimmäisenä tunnuspiirteenä on tärkeä tunnistaa pakolliset kysymyk- set ja vastausvaihtoehdot. Pakolliset kysymykset ja vastausvaihtoehdot on kuvattu tähtimerkin- nällä (*). Toinen tunnuspiirre liittyy piilotettuihin kysymyksiin. Kyselylomakkeen kysymykset 12 ja 14 ovat piilotettuja kysymyksiä: kysymysten sisältöpohjat täydentävät niitä edeltäviä kysymyksiä. Kysymyksille 12 ja 14 asetetut säännöt aktivoituvat, mikäli vastaajat vastaavat myönteisesti niitä edeltäviin kysymyksiin. Kolmas rakenteellinen tunnuspiirre linkittyy vastausvaihtoehtojen selite- teksteihin. Joihinkin vastausvaihtoehtoihin on lisätty ylimääräiset selitetekstit, jotka auttavat vas- taajia ymmärtämään yläkäsitteiden sisältöjä. Neljäs rakenteellinen tunnuspiirre linkittyy kyselylo- makkeen alkuvaiheen saatetekstiin. Saatetekstillä pyritään paitsi kuvaamaan kyselytutkimuksen tarkoitusperiä, mutta myös korostamaan vastausten käsittelyyn liittyvää luottamuksellisuutta. Li- säksi saatetekstiin on määritelty vastaamisen keskimääräinen kesto sekä annettu suositus vas- taustavasta.

6.3.1 Osa 1: Taustatiedot

Luodun kyselylomakkeen ensimmäinen osa pitää sisällään vastaajien taustatiedot. Kyselylomakkeen rakenteessa on otettu huomioon Hirsjärven ym. (2004, 191-192) määrittelyosuus, jonka mukaan kyselylomakkeen tulee olla loogisesti jäsennelty kokonaisuus. Taustatiedot luovat perustan yksityiskohtaisemmille kysymyksille. Taustatiedoissa on keskitytty neljään pääkohtaan. Pääkohdat koostuvat vastaajien demografisista muuttujista, tarpeista ja motivaatiotekijöistä, tiedonhankinnasta sekä suhdetoiminnasta. Määritettyjen pääkohtien valintaa voidaan perustella Grönroosin (2015, 105) odotetun laadun määrittelyosuudella. Määrittelyn mukaan asiakkaan odotettuun laatuun vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa markkinointiviestintä, myynti, imago, suusanallinen viestintä, suhdetoiminta sekä asiakaskohtaiset tarpeet ja arvot (Grönroos 2015, 105). Lisäksi on tärkeä havainnoida odotetun laadun asemaa asiakaskohtaisella palvelupolulla. Tuulaniemen (2011, 79) määrittelyosuuden mukaan odotettuun laatuun rinnastettavat kokonaisuudet linkittyvät asiakkaan palvelupolun esipalveluvaiheeseen. Esipalveluvaiheen tarkoituksena on valmistella asiakaskohtaisia odotuksia – luodut odotukset kohtaavat todellisuuden ydinpalveluvaiheessa. (Tuulaniemi 2011, 79.) Kyselylomakkeen ensimmäinen osa symboloi asiakkaan esipalveluvaihetta. Palvelupolun ydinpalveluvaiheen käsittelyosuus saavutetaan kyselylomakkeen toisessa osassa.

Kyselylomakkeen kolme ensimmäistä kysymystä käsittelevät vastaajien demografisia muuttujia. Kolme ensimmäistä kysymystä pitävät sisällään ikäjakauman, sukupuolen sekä asuinpaikkakunnan. Ikä on jatkuva suhdeasteikollinen muuttuja: ikämuuttuja voi saada mitä tahansa arvoja joltakin väliltä. Kyselylomakkeessa vastaajien työtä on helpotettu jakamalla vastausvaihtoehdot 11 tasaväliseen luokkaan. Sukupuoli on puolestaan diskreetti luokitteluasteikollinen muuttuja: muuttuja voi saada vain tiettyjä erillisiä arvoja. Opinnäytetyön tekijä on asettanut vastausvaihtoehdoiksi vaihtoehdot mies, nainen ja muu. Vastaavasti asuinpaikkakuntaa koskeva kysymys on muotoiltu avoimeksi kysymykseksi. Syynä tähän on pätevien vastausvaihtoehtojen laatiminen: opinnäytetyön tekijällä ei ole ennakkotietoa tapahtumiin osallistuvien henkilöiden maantieteellisestä jakaumasta. Toiseksi avoin kysymys mahdollistaa yksityiskohtaisemmat vastaukset: luokitteluasteikon käyttäminen olisi painottunut maakunnallisen tason vastausvaihtoehtoihin.

Kyselylomakkeen neljännellä kysymyksellä pyritään havainnollistamaan osallistujien tarpeita ja motivaatiotekijöitä. Kysymys on monivalintakysymys, mikä antaa vastaajille mahdollisuuden valikoida useampia vastausvaihtoehtoja. Opinnäytetyön tekijän antamat vastausvaihtoehdot poh-

jautuvat Swarbrooken ja Hornerin (1999, 54) motivaatiotekijöiden tyypittelyyn. Vastausvaihtoehdoissa korostetaan fyysisiä-, emotionaalisia-, yksilöllisiä-, kulttuurisia- sekä itsensä kehittämiseen liittyviä motivaatiotekijöitä. Viimeiseen vastausvaihtoehtoon on myös lisätty avoin vastauspalkki, joka mahdollistaa vastauksen täsmentämisen. Lisäksi opinnäytetyön tekijä tunnistaa NUTS Karhunkierroksen ja Solsticen erilaisuuden. Täten Solstice-tapahtumaa varten luodussa kyselylomakkeessa vastausvaihtoehto ”omien rajojen testaaminen” on korvattu vaihtoehdolla ”tapahtuman ohjelmatarjonta”.

Kyselylomakkeen viides kysymys koskee vastaajien tiedonhankintaa. Kysymys on monivalintakysymys, jonka viimeinen vastausvaihtoehto sisältää avoimen vastauspalkin. Tiedonhankinnan havainnoiminen tunnistetaan tärkeänä kokonaisuutena, koska yritysten virtuaaliset ympäristöt vaikuttavat palvelun kuluttamiseen (Tuulaniemi 2011, 80). Tapahtuman nettisivut ja sosiaalisen median kanavat toimivat ensimmäisinä kontaktipisteinä monille NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumiin osallistuville henkilöille. Lisäksi on tärkeä huomioida asiakaskohtaisen elämyksen muodostumisprosessi. Tarssasen ja Kyläsen (2009, 15-16) luoman elämyskolmion motivaation taso pitää sisällään asiakaskohtaisten odotusten luomisen. Tapahtumajärjestäjän markkinointiviestintä paitsi herättää asiakkaan kiinnostuksen, mutta myös mahdollistaa siirtymisen elämyskolmion seuraavalle tasolle.

Vastaavasti kuudes kysymys käsittelee tapahtumien suhdetoimintaa markkinointiviestinnässä sekä varsinaisen tapahtuman yhteydessä. Kysymys on muotoiltu monivalintakysymyksen muotoon. Suhdetoiminnan havainnoiminen antaa toimeksiantajalle mahdollisuuden tarkastella brändiviestinnän nykytilaa. Mitkä brändit ovat esillä kaikista eniten? Vastaako nykyinen brändiviestintä tapahtuman tavoittelemaa imagoa? Suhdetoiminta toimii merkittävänä ulkoisena vaikuttimena asiakkaan päätöksentekoprosessissa. Määrittelyn mukaan asiakkaan päätöksentekoprosessiin vaikuttaa motivaatiotekijöiden lisäksi myös yrityksen soveltuminen asiakkaan arvoperustaan (Kumar & Reinartz 2018, 9).

6.3.2 Osa 2: Tapahtuman toteutus

Kyselylomakkeen toinen osa mahdollistaa tapahtuman teknisten ja toiminnallisten laatu-olotuuksien havainnoinnin. Kyseinen osa painottuu palvelupolun ydinpalveluvaiheeseen: esipalveluvaiheessa luodut odotukset kohtaavat todellisuuden. Teoreettisena lähtökohtana on käytetty

Parasuramanin ym. (1985) luomaa SERVQUAL-kysymyspatteristoa, jota on täydennetty Markovicin ym. (2015, 190) muotoilemilla kysymyksillä. Täydennysten syynä on SERVQUAL-mallin vastaanottama kritiikki. Muodostuvana kokonaisuutena on 22-osainen kysymyspatteristo, joka koostuu kahdeksasta osamittarista. Osamittarit pitävät sisällään informaation paikkansapitävyyden, fyysiset elementit, ohjelmatarjonnan, luotettavuuden, reagointialttiuden, vakuuttavuuden, empatiakyvyn sekä lopputulosulottuvuuden.

Kyselylomakkeen toisessa osassa tapahtumakohtaiseen laatuun linkittyvät teoreettiset käsitteet on muotoiltu mitattaviksi muuttujiksi. Tulosten kerääminen mahdollistetaan viisiportaisen Likertasteikon avulla. Opinnäytetyön tekijä on pyrkinyt operationalisoimaan teoreettiset käsitteet arki-kieliseksi ilmaisuiksi. Teoriasta pinnallistuvat käsitteet, kuten tekninen laatu ja toiminnallinen laatu, on muotoiltu uudelleen, koska ne vaikuttavat kielteisesti vastaajien ymmärrykseen. Lisäksi on kiinnitetty huomiota luodun kysymyspatteriston rakenteeseen: määritetyt laatu-ulottuvuudet kulminoituvat viimeisen osamittarin (Yhteenveto) alle lukeutuviin kokonaisuuksiin.

Kolme ensimmäistä osamittaria pitävät sisällään informaation paikkansapitävyyden, fyysiset elementit sekä ohjelmatarjonnan. Osamittarien muuttujat mahdollistavat tapahtumakohtaisen teknisen laadun havainnoinnin. Vastaajien arviot teknisestä laadusta pohjautuvat aineellisiin erityispiirteisiin (Grönroos 2015, 101). Informaation paikkansapitävydessä kiinnitetään huomiota informaation riittävyteen, reittiopasteiden selkeyteen sekä tapahtuma-alueen palveluiden saataavuuteen. NUTS Karhunkierroksen ja Solsticen kyselylomakkeiden toinen sisällöllinen poikkeus on havaittavissa osamittarin toisessa muuttujassa. NUTS Karhunkierroksen kontekstissa tiedustellaan vastausta reittiopasteiden selkeyteen, kun taas Solsticen kohdalla keskitytään tapahtumapaikan opasteiden selkeyteen. Toinen osamittari pitää sisällään erilaiset fyysiset elementit. Osamittarin muuttujat antavat toimeksiantajalle mahdollisuuden havainnoida tapahtuman kalustoa, tapahtuman ympäristöä, tapahtumahenkilökunnan pukeutumista, ympäristön ja tapahtuman tarkoituksen suhdetta sekä tapahtuman osallistumismaksun kohtuullisuutta. Vastaavasti kolmas osamittari koostuu ohjelmatarjontaan linkittyvistä kokonaisuuksista. Kyseisen osamittarin muuttujat pitävät sisällään ohjelmatarjonnan kattavuuden sekä ohjelmatarjonnan organisoinnin.

Kysymyspatteriston neljä seuraavaa osamittaria on johdettu suoraan Parasuramanin ym. (1985) SERVQUAL-kysymyspatteristosta. Osamittarit koostuvat luotettavuudesta, reagointialttiudesta, vakuuttavuudesta sekä empatiakyvystä. Määritetyt osamittarit mahdollistavat tapahtumakohtaisen toiminnallisen laadun havainnoinnin. Grönroosin (2015, 101-102) määrittelyosuuden mukaan vastaajien arviot toiminnallisesta laadusta pohjautuvat subjektiivisiin näkemyksiin. Toisin sanoen,

asiakkaat muodostavat subjektiivisen laatukäsitteensä omien kokemusten sekä koetun erinomaisuuden pohjalta (Oliver 1997; Williams & Buswell 2003, 60). Osamittarien pääpaino kohdistuu tapahtumahenkilökunnan ammattiosaamiseen, käyttäytymismalleihin ja luonteenpiirteisiin. Luotettavuudessa kiinnitetään huomiota palvelukohtaamisten varmuuteen sekä säntillisyyteen. Rea-gointialttiuden havainnoiminen antaa toimeksiantajalle mahdollisuuden havainnoida tapahtumahenkilökunnan tilannetajua sekä muutosvalmiutta. Vakuuttavuus puolestaan korostaa tapahtumahenkilökunnan luonteenpiirteitä. Viimeinen toiminnallisen laadun osamittari koostuu empatiakyvyn alle lukeutuvista kokonaisuuksista. Osamittarin muuttujat antavat toimeksiantajalle mahdollisuuden tarkastella asiakkaiden subjektiivisia näkemyksiä palvelun asiakaskeskeisistä ominaispiirteistä.

Luotu kysymyspatteristo kulminoituu viimeisen osamittarin alle lukeutuviin kokonaisuuksiin. Viimeinen osamittari yhdistää asiakkaan laatukäsitteen ja muodostuvan asiakaskokemuksen yhte-näiseksi lopputulosulottuvuudeksi. Opinnäytetyön tekijä on jäsentänyt lopputulosulottuvuuden kolmen muuttujan kokonaisuudeksi. Tässä vaiheessa vastaaja on jo arvioinut tapahtumakohtai-sen teknisen ja toiminnallisen laadun elementtejä. Koettua laatukäsitettä pyritään peilaamaan odotettuun laatukäsitteeseen. Asiakkaan asettamien laatuodotusten vastatessa todellisuutta, asiakas on tyytyväinen. Tyytymättömyys taas muodostuu todellisen toteuman ollessa epärealis-tisella tasolla suhteessa odotuksiin. (Kotler 2017, 585.) Lisäksi lopputulosulottuvuuden kolman-nessa muuttujassa on huomioitu Kumarin ja Reinartzin (2018, 21-22) SPC-ketju. Määrittelyosuu-den mukaan tyytyväinen asiakas on todennäköisesti valmis luomaan pitkäaikaisen asiakassuhteen palveluntarjoajan kanssa (Kumar & Reinartz 2018, 21-22; Puustinen & Rouhiainen 2007, 172).

6.3.3 Osa 3: Tapahtuman aluetaloudelliset vaikutukset

Luodun kyselylomakkeen kolmas osa koostuu tapahtumien aluetaloudellisten vaikutusten mit-taamisesta. Kyseinen osa antaa toimeksiantajalle mahdollisuuden havainnoida osallistujien kulu-tustottumuksia. Kysymysten muoto pohjautuu Hopeasompa 2020 -hiihtokilpailua varten suunniteltuun kyselylomakkeeseen (Järviluoma 2020). Lopputuloksena on viiden kysymyksen muodos-tama kokonaisuus (8-12). Kyselylomakkeen kahdeksas kysymys antaa vastaajille mahdollisuuden arvioida omaa rahankäyttöään Ruka-Kuusamon alueella. Vastausvaihtoehdot kuvaavat kattavasti Ruka-Kuusamo alueen palveluita. Kyselylomakkeen yhdeksäs ja kymmenes kysymys täsmentävät kahdeksannen kysymyksen havainnot: kysymykset antavat vastaajille mahdollisuuden eritellä ai-

heutuneita menoja seurueen koon ja tapahtuman osallistujamäärän mukaan. Yhdestoista kysymys käsittelee yöpymistä Ruka-Kuusamon alueella: myönteinen vastaus kysymykseen aktivoi opinnäytetyön tekijän asettaman säännön. Viimeinen aluetaloudellisia vaikutuksia koskeva kysymys koostuu majoitusmuotojen havainnoinnista.

6.3.4 Osa 4: Osallistuminen arvontaan

Kyselylomakkeen neljäs osa pitää sisällään arvontalomakkeen. Opinnäytetyön tekijä on luonut yksinkertaisen arvontalomakkeen, jota toimeksiantaja voi hyödyntää halutessaan. Arvonnan lisääminen kyselylomakkeeseen tuo tullessaan sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia. Positiivisena vaikutuksena tunnistetaan vuorovaikutussuhteen ylläpitäminen tapahtumiin osallistuvien henkilöiden kanssa. Drummond ja Anderson (2004, 84) toteavat, että vastaavat jälkipalveluvaiheen toimet antavat tapahtumajärjestäjälle mahdollisuuden muokata asiakkaiden muodostamaa laatukäsitettä. Toisena positiivisena tekijänä tunnistetaan vastausmotivaation lisääminen. Negatiivisena vaikutuksena tunnistetaan tutkimusasetelman muuttuminen. Arvonnan saateteksissä tuodaan ilmi, että palkinto arvotaan kaikkien vastaajien kesken. Opinnäytetyön kontekstissa kyselytutkimusta on lähestytty otantatutkimuksen menetelmin, mikä tarkoittaa, että NUTS Karhunkierroksen perusjoukosta vain 10 % tulee vastaamaan kyselytutkimukseen. Solsticen kohdalla vastaava osuus on 25 %. Arvonnan lisääminen kyseiseen tutkimusasetelmaan luo selkeän eettisen ristiriidan. Mikäli arvonta halutaan lisätä kyselylomakkeeseen, kyselytutkimusta on käsiteltävä kokonaistutkimuksena. Asetelman muuttuminen tarkoittaa sitä, ettei tutkimuksen tuloksia voida yleistää perusjoukkoon.

6.4 Opas analysointivaiheeseen

Kyselytutkimuksen analysointivaiheeseen voidaan siirtyä suunnitteluvaiheen ja kyselyn konkreettisen toteutuksen jälkeen (Liite 4). Aineiston tarkastelu vaatii muutaman välivaiheen huomioimista. Ensimmäinen välivaihe pitää sisällään kerättyjen tietojen tarkistamisen. Toisena välivaiheena täydennetään puuttuvat tiedot. Kolmas välivaihe edellyttää tietojen järjestämistä analysointia varten. (Hirsjärvi ym. 2004, 209-210.) Alaluvun sisältöpohjassa analyysitavat on jaettu kahteen rakenteelliseen kokonaisuuteen. Ensimmäisenä kokonaisuutena käsitellään yksiulotteisia tarkastelumetodeja. Opinnäytetyön yksiulotteisia tarkastelumetodeja ja niiden käytön edellytyksiä pyritään havainnollistamaan oheisen taulukoinnin avulla (taulukko 2). Taulukon sisältöpohja

on rakennettu kyselylomakkeen ensimmäisen ja toisen osan kysymysten ympärille. Vastaavasti toisen kokonaisuuden käsittelyosuus kohdistuu kaksiulotteisiin tarkastelumetodeihin. Kokonaisuudessaan alaluvun tarkoituksena on luoda toimeksiantajalle selkeät ohjeet kerätyn aineiston analysointia ja tulkintaa varten. Opinnäytetyön tekijä on pyrkinyt helpottamaan toimeksiantajan työtä laatimalla esimerkkejä tarkastelumetodien hyödyntämisestä. Esimerkit pohjautuvat opinnäytetyön tekijän laatimiin hypoteettisiin havaintoaineistoihin NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumista. Havaintoaineistot on rakennettu sekä PSPP-tilasto-ohjelmalla että Excel-laskentataulukkosovelluksella. Lisäksi opinnäytetyön tekijä on luonut toimeksiantajalle valmiin analysointipohjan, joka mahdollistaa tulosten järjestämisen ja tarkastelun. Analysointipohja on rakennettu Excel-laskentataulukkosovelluksella.

Taulukko 2. Yksiulotteiset tarkastelumetodit

Kysymys	Kysymyksen muoto	Asteikko	Frekvenssija-kauma	Graafiset kuviot	Tilastolliset tunnusluvut
1.	Asteikkoon pohjautuva kysymys	Suhdeasteikko	x	x (Histogrammi)	x (Moodi, aritmeettinen keskiarvo, keskihajonta)
2.	Asteikkoon pohjautuva kysymys	Luokitteluasteikko	x	x (Vaakapylväskuvio)	x (Moodi)
3.	Avoin kysymys				
4.	Monivalintakysymys		x	x (Vaakapylväskuvio)	
5.	Monivalintakysymys		x	x (Vaakapylväskuvio)	
6.	Monivalintakysymys		x	x (Vaakapylväskuvio)	
7.	Asteikkoon pohjautuva kysymys	Järjestysasteikko (Välimatkaasteikko)	x	x (Pystypylväskuvio)	x (Moodi, aritmeettinen keskiarvo, keskihajonta)

6.4.1 Aineiston yksiulotteinen tarkastelu

Luodun kyselytutkimuspohjan yksiulotteiset tarkastelumenetodit koostuvat frekvenssijakaumista, graafisista kuvioista sekä tilastollisista tunnusluvuista. Opinnäytetyön tekijä tuo esille esimerkkejä yksiulotteisten tarkastelumenetodien hyödyntämisestä. Esimerkit tuodaan esille opinnäytetyön liitteissä. Esimerkkien esitysjärjestys pohjautuu analysoinnin tasoihin: frekvenssijakaumien ja graafisten kuvioiden käsittelyosuudet jäävät usein pinnalliselle tasolle, kun taas tilastollisilla tunnusluvuilla voidaan syventää saatuja havaintoja.

Frekvenssijakaumaa koskevassa esimerkissä havainnollistetaan NUTS Karhunkierroksen sukupuolijakaumaa (Liite 7). Frekvenssijakaumat mahdollistavat muuttujan arvojen esiintymistiheyksien havainnoimisen. Esimerkin frekvenssitaulukossa tuodaan esille laadullisten muuttujien koodatut arvot, frekvenssit, suhteelliset frekvenssit, validit frekvenssit sekä suhteelliset summafrekvenssit. Taulukosta voidaan havaita, että suurin esiintymistiheys on arvolla 1 (mies). Miehet muodostavat yli 55 % jakauman NUTS Karhunkierroksen otannasta. Suurimman esiintymistiheyden omaavaa luokkaa kutsutaan moodiksi. Vastaavasti naisten osuus on 43 %, kun taas muun sukupuolisten osuus ylittää 1 prosenttiyksikön. Toimeksiantajan näkökulmasta on tärkeä tarkastella suoritettujen otannan onnistumista. Onko kyseessä edustava otos? Kuvaavatko saadut tulokset NUTS Karhunkierroksen perusjoukon sukupuolijakaumaa?

Opinnäytetyön analysointivaiheessa käytettäviä graafisia kuvioita pyritään havainnollistamaan neljän esimerkin avulla. Esimerkkien tarkasteluosuus kohdistuu vaakapylväskuvioihin, pystypylväskuvioihin sekä histogrammeihin. Esimerkeissä kiinnitetään erityistä huomiota graafisten kuvioiden käyttöön, kuvioiden mitta-asteikollisiin vaatimuksiin sekä kuvioiden tulkitsemiseen.

Ensimmäinen vaakapylväskuvion käyttöä koskeva esimerkki käsittelee Solsticen sukupuolijakaumaa (Liite 8). Sukupuoli on diskreetti luokitteluasteikollinen muuttuja, täten muuttujan arvojen havainnollistaminen on mielekkäintä vaakapylväskuvion avulla. Esimerkin vaakapylväskuviossa luokkien esiintymistiheydet on tuotu esille suuruusjärjestyksessä. Suurin luokkafrekvenssi on naisilla: naiset muodostavat 68:n henkilön osuuden 125:n havaintoyksikön otoksesta. Toiseksi suurin luokkafrekvenssi on miehillä: miehet muodostavat 50:n hengen osuuden otoksesta. Vastaavasti muun sukupuoliset muodostavat seitsemän havaintoyksikön osuuden otoksesta. Jälleen on tärkeä kiinnittää huomiota otoksen edustavuuteen. Edustaako satunnaisesti valittu otos Solsticen asiakasdemografiaa?

Toinen vaakapylväskuvion käyttöä koskeva esimerkki käsittelee Solsticen otoksen behavioristisia piirteitä (Liite 9). Mitä asiakaskohtaisia tarpeita ja motivaatiotekijöitä voidaan tunnistaa osallistumisen taustalla? Opinnäytetyön tekijä suosittelee toimeksiantajaa käyttämään Excel-laskentataulukkosovellusta monivalintakysymysten analysointiin. Suosituksen taustalla on analysoinnin käytännöllisyys: PSPP-ohjelmiston avulla ei voida saattaa aineistoa vastaavaan esitysmuotoon. Esimerkin vaakapylväskuviossa luokkien esiintymistiheydet on tuotu esille suuruusjärjestyksessä. Määrällisten frekvenssien sijaan luokkien esiintymistiheyttä havainnollistetaan suhteellisten frekvenssien avulla. Kuviosta voidaan havaita, että suurimmat esiintymistiheydet painottuvat tapahtuman ohjelmatarjontaan, tapahtuman sijaintiin sekä uusiin elämyksiin. Vastaavasti pienemmät esiintymistiheydet keskittyvät sosiaalisiin suhteisiin, rentoutumiseen sekä pakoon arjesta. Toimeksiantajan kannalta on tärkeä yhdistää havaitut tulokset teoriasta pinnallistuviin ilmiöihin. Suurimmat luokkafrekvenssit painottuvat pääosin kulttuurisiin sekä emotionaalisiin motiiveihin. Vastaavan tulkinnan mukaan valtaosa Solsticen asiakkaista osallistuu tapahtumaan, koska tapahtuman fyysiset tunnuspiirteet tuodaan selkeästi esille esipalveluvaiheessa. Lisäksi asiakkaat ovat osanneet asettaa subjektiiviset odotukset asiakaskokemukselleen. Pienemmät luokkafrekvenssit painottuvat puolestaan fyysisiin sekä yksilöllisiin motivaatiotekijöihin. Vastaavia kehitystoimenpiteitä on peilattava Solstice-tapahtuman tavoitteisiin. Mihin suuntaan tapahtumaa halutaan viedä? Minkä viestin tapahtuma haluaa välittää esimerkiksi markkinointiviestinnässään? Aineiston mukaan tapahtuman fyysiset piirteet tulevat hyvin esille esipalveluvaiheen toimenpiteissä, mutta halutaanko jatkossa korostaa myös tapahtuman sosiaalisia elementtejä tai esimerkiksi tapahtumakohtaista kontrastia.

Pystypylväskuvion käyttöä koskevassa esimerkissä havainnollistetaan Solsticen otoksen mielipiteitä tapahtumaympäristön visualisuudesta (Liite 10). Likert-asteikkoa hyödyntävät mielipidemittaukset ovat järjestysasteikollisia muuttujia, täten saatujen arvojen havainnollistaminen on mielekkäintä pystypylväskuvion avulla. Esimerkin kohdalla Excel-laskentataulukkosovelluksen avulla tehdyn pystypylväskuvion havaintoja on täydennetty PSPP-tilasto-ohjelmasta johdetulla frekvenssitaulukolla. Kuviosta voidaan havaita, että muuttujan arvot painottuvat vastausvaihtoehtoihin ”osittain samaa mieltä” sekä ”täysin samaa mieltä”. Oheisella frekvenssitaulukolla voidaan selventää havaintoa: yhteensä 73,6 % prosenttia muuttujan arvoista sijoittuvat joko ”osittain samaa mieltä”- tai ”täysin samaa mieltä”-vastausvaihtoehtojen alle. Voidaan siis tulkita, että enemmistö otoksen havaintoyksiköistä kokee tapahtuman visuaalisen ympäristön mielekkäänä.

Histogrammin käyttöä koskevassa esimerkissä havainnollistetaan Solsticen ikäjakaumaa (Liite 11). Esimerkissä ikää käsitellään jatkuvana suhdeasteikollisena muuttujana, jonka arvot on tuotu

luokiteltuun muotoon. Täten saatujen arvojen suhteellisten osuuksien havainnollistaminen on mielekkäintä histogrammin avulla. Histogrammista voidaan havaita, että suurimmat luokkafrekvenssit painottuvat luokkiin 2 ja 3. On myös tärkeä huomata, ettei yksikään arvo sijoitu luokkiin 1 tai 11. PSPP-tilasto-ohjelmasta johdettu histogrammi tuo automaattisesti esille myös aritmeettisen keskiarvon sekä keskihajonnan. Opinnäytetyön tekijä suosittelee toimeksiantajaa käsittelemään kyseisiä tunnuslukuja vain suuntaa antavina tekijöinä. Syynä tähän on muuttujan arvojen luokiteltu muoto. Esimerkiksi keskiarvo 4,4 tarkoittaa, että Solsticen keskimääräinen ikä sijoittuu luokkien 4 ja 5 välille. Toisin sanoen, ikämuuttujan keskimääräinen arvo vaihtelee välillä 34-39.

Opinnäytetyön tekijä on pyrkinyt täydentämään histogrammin havaintoja frekvenssitaulukon sekä tilastollisten tunnuslukujen avulla (Liite 12). Frekvenssitaulukon suhteellinen summafrekvenssi täydentää saatuja havaintoja. Suhteellisen summafrekvenssin mukaan 55,20 % muuttujan arvoista sijoittuvat luokkaan 4 tai kyseisen luokan alapuolelle. Toisin sanoen, 55,20 % Solsticen otoksen havaintoyksiköistä ovat joko 34-vuotiaita tai alle. Havaintoja voidaan myös täydentää tunnuslukujen avulla. Opinnäytetyön oleellisimmat tilastolliset tunnusluvut pitävät sisällään moodin, keskihajonnan sekä aritmeettisen keskiarvon. Moodi kuvaa suurinta luokkafrekvenssiä – kyseisen aineiston moodi on 25-29-vuotiaiden luokka. Keskihajonta puolestaan kuvaa arvojen keskimääräistä etäisyyttä keskiarvoon nähden. Esimerkin keskihajonta on 2,11, jossa kokonaisluku 2 merkitsee yksittäisen luokan arvoa. Vastaavasti aritmeettisen keskiarvon kohdalla opinnäytetyön tekijä on laatinut esimerkin luokitellun aineiston aritmeettisen keskiarvon laskemisesta (Liite 12 2/2). Esimerkin tarkoituksena on täydentää histogrammin havaintoja. Esimerkin ensimmäisenä välivaiheena on laadittu yksiulotteinen frekvenssitaulukko, jonka pohjalta on määritetty todelliset luokkarajat sekä luokkakeskukset. Tämän jälkeen saadut arvot on sijoitettu luokitellun aineiston aritmeettisen keskiarvon kaavaan. Laskun lopputuloksesta voidaan tulkita, että Solsticen havaintoyksiköiden keskimääräinen ikä on 34 vuotta.

Viimeinen yksiulotteisia tarkastelumetodeja koskeva esimerkki käsittelee aritmeettisen keskiarvon hyödyntämistä toisessa kontekstissa (Liite 13). Kyseisessä esimerkissä opinnäytetyön tekijä on koonnut keskiarvotaulukon NUTS Karhunkierroksen laatu-ulottuvuuksista. Keskiarvotaulukko on rakennettu toimeksiantajalle laaditulla analysointipohjalla. Keskiarvojen havainnoiminen mahdollistaa vastaamisen määritettyyn tutkimusongelmaan. Opinnäytetyön varsinainen tutkimusongelma on muotoiltu seuraavalla tavalla: ”Mitkä tapahtuman laatu-ulottuvuudet korostuvat muodostuvan asiakaskokemuksen taustalla?” Kyseisen esimerkin tarkasteluosuus voidaan jakaa kahteen pääkohtaan.

Ensimmäisenä pääkohtana etsitään vastaus määritettyyn tutkimusongelmaan. Keskiarvotaulukosta voidaan huomata, että suurin osa osamittarien muuttujista ylittää luokkakeskiarvon 4,0. Lisäksi keskiarvotaulukosta voidaan huomata, että suurimmat luokkakeskiarvot sijoittuvat kolmannen ja kahdeksannen osamittarin alle. Seuraavaksi suurimmat luokkakeskiarvot sijoittuvat neljännen ja viidennen osamittarin alle. Lopputulemana voidaan tulkita, että NUTS Karhunkierroksen laatu-ulottuvuuksista ohjelmatarjonta, lopputulosulottuvuus, luotettavuus ja reagointialttius korostuvat muodostuvan asiakaskokemuksen taustalla. Opinnäytetyön tekijä on suhteuttanut tarkasteluosuuden osamittarien kokonaismäärään. Täten pyritään korostamaan neljää suurinta luokkakeskiarvoa. Sitä vastoin, toimeksiantajan on tärkeä havainnoida neljää pienintä luokkakeskiarvoa. Tapahtumakohtaisten laatu-ulottuvuuksien heikkouksien tunnistaminen on kehittämishankkeiden ensimmäinen osuus. Heikkouksien tunnistamista seuraa vastaavien strategisten ja operatiivisten toimenpiteiden määrittäminen. Strategisten ja operatiivisten toimien tavoitteena on parantaa tapahtumakohtaisen laadun jokaista osa-aluetta – muodostuvana lopputulemana on selkeästi parempi asiakaskokemus. (Drummond & Anderson 2004, 87-88.)

Toisena pääkohtana voidaan testata teoriasta pinnallistuvaa ilmiötä. Parasuramanin ym. (1985) kuiluanalyysimallin mukaan asiakkaan laatuodotusten vastatessa todellisuutta, asiakas on tyytyväinen. Tyytymättömyys taas muodostuu todellisen toteuman ollessa epärealistisella tasolla suhteessa odotuksiin. (Kotler 2017, 585.) Opinnäytetyön tekijä on tuonut liitteisiin esille yksinkertaisen taulukkolaskelman, joka kuvaa todellisen toteuman ja laatuodotusten välistä erotusta. Vähennyslaskun positiivisesta lopputuloksesta voidaan päätellä, että NUTS Karhunkierroksen asiakkaat ovat keskimääräisesti tyytyväisiä tapahtuman toteutukseen. Sama tulos voidaan myös asettaa asiakastyytyväisyyden sietoalueen kontekstiin. Tästä voidaan päätellä, että NUTS Karhunkierroksen asiakkaiden palvelukokemukset sijoittuvat sietoalueen rajojen väliin, tai jopa sietoalueen rajojen yläpuolelle (Parasuraman 1995; Williams & Buswell 2003, 62-63).

6.4.2 Aineiston kaksikulotteinen tarkastelu

Opinnäytetyön kontekstissa aineiston kaksikulotteista tarkastelua lähestytään kontingenssikertoimen sekä Pearsonin korrelaatiokertoimen avulla. Opinnäytetyön tekijä suosittelee toimeksiantajaa hyödyntämään ensisijaisesti kontingenssikerrointa riippuvuussuhteiden tutkimiseen. Suosituksen taustalla on tarkastelumenetödien mitta-asteikolliset vaatimukset: kontingenssikertoimella ei ole mitta-asteikollisia vaatimuksia, kun taas Pearsonin korrelaatiokerroin voidaan laskea kahdelle vähintään välimatka-asteikolliselle muuttujalle.

Kontingenssikertoimen käyttöä koskevassa esimerkissä havainnollistetaan NUTS Karhunkierroksen laatumielikuvan ja asiakastyytyväisyyden välistä tilastollista riippuvuutta (Liite 14). Esimerkin tarkoituksena on paitsi löytää vastaus tutkimuksen apukysymykseen, mutta myös testata asetetun hypoteesin paikkansapitävyyttä. Opinnäytetyön hypoteesi on esitetty seuraavasti: ”Asiakkaan laatumielikuvan ja asiakastyytyväisyyden välillä esiintyy tilastollista riippuvuutta.”

Kontingenssikertoimen laskemisesta voidaan erottaa neljä tasapainoista välivaihetta. Ensimmäisenä välivaiheena opinnäytetyön tekijä on muodostanut kahden muuttujan ristiintaulukoinnin PSPP-tilasto-ohjelmalla. Sarakemuuttujaksi on asetettu selittävä muuttuja, eli asiakkaan laatumielikuva. Vastaavaksi rivimuuttujaksi on asetettu selitettävä muuttuja, eli asiakastyytyväisyys. Ristiintaulukoinnista on tärkeä huomioida sarakkeiden ja rivien reunajakaumat: reunajakaumien luvut kuvaavat rivi- tai sarakekohtaista frekvenssiä, prosentuaalista rivisummaa, prosentuaalista sarakesummaa sekä prosentuaalista yhteissummaa. Toisena välivaiheena on laskettu odotetut frekvenssit. Yksittäisen solun odotettu frekvenssi lasketaan kertomalla sarakekohtainen frekvenssi rivikohtaisella frekvenssillä. Muodostuva tulo jaetaan havaintoyksiköiden kokonaismäärällä. Prosessia jatketaan jokaisen ristiintaulukon solun lävitse. Kolmantena vaiheena lasketaan khii toiseen -arvo. Kyseisessä esimerkissä opinnäytetyön tekijä on hyödyntänyt PSPP-tilasto-ohjelman automaattisesti laskemaa khii toiseen -arvoa (938,95). Khii toiseen -arvon ollessa selvillä, voidaan siirtyä neljänteen välivaiheeseen. Neljännessä välivaiheessa khii toiseen -arvo sijoitetaan kontingenssikertoimen kaavaan. Laskun lopputulemana saatu kontingenssikertoimen arvo (0,87) kuvaa selkeää riippuvuussuhdetta muuttujien välillä. Opinnäytetyön tekijä on syventänyt saatua havaintoa laskemalla kontingenssikertoimen vastaavan maksimiarvon. Maksimiarvon kaavan termi ”min (m, r)” tarkoittaa pienempää luvuista m ja r. Esimerkin tapauksessa luku m tarkoittaa rivimuuttujan rivien määrää, kun taas luku r tarkoittaa sarakemuuttujan sarakkeiden määrää. Kontingenssikertoimen vastaava maksimiarvo (0,89) täydentää saatua havaintoa: kontingenssikertoimen arvo (0,87) jää vain kahden sadasosan päähän maksimiarvosta. Muuttujien välillä näyttäisi siis esiintyvän tilastollista riippuvuutta.

Täydellisen varmuuden saamiseksi, muuttujien välinen riippuvuus on vielä testattava. Testaus suoritetaan khiin neliö -testin avulla. Khiin neliö -testin lähtökohtana on tutkimuksen hypoteesi. Varsinaisen hypoteesin lisäksi on asetettava nollahypoteesi. Nollahypoteesi edustaa varsinaisen hypoteesin vastakkaista skenaariota. Seuraavana välivaiheena opinnäytetyön tekijä on etsinyt kriittisen arvon khii toiseen -jakaumataulukosta. Jakaumataulukon kriittinen arvo riippuu tutkimuksen merkitsevyydestä (0,05) sekä käytettävästä vapausasteluvusta (16). Khiin neliö -testi kulminoituu khii toiseen -arvon ja kriittisen arvon vertaamiseen. Kyseisessä esimerkissä saatu khii

toiseen -arvo (938,95) on huomattavasti kriittistä arvoa (26,296) suurempi. Täten varsinainen hypoteesi saa tukea ja nollahypoteesi hylätään. Onko tulos tilastollisesti merkitsevä? Opinnäytetyön merkitsevyytensä käytetään arvoa 0,05, jolloin tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä. On kuitenkin tärkeä havaita, että esimerkin t -arvo on minkä tahansa merkitsevyytensä mukaista kriittistä arvoa suurempi. Täten voidaan puhua tilastollisesti erittäin merkitsevästä tuloksesta. Saadun tuloksen perusteella voidaan sanoa, että NUTS Karhunkierroksen asiakkaiden laatumielikuvien ja asiakastyytyväisyyden välillä esiintyy tilastollista riippuvuutta. Toimeksiantajan kannalta saatu tulos tarkoittaa, että asiakkaan subjektiivisten odotusten kasvaessa myös tyytyväisyys kasvaa.

Pearsonin korrelaatiokertoimen avulla voidaan havainnollistaa edellisessä esimerkissä saadun tuloksen pätevyyttä. Pearsonin korrelaatiokerrointa kuvaavassa esimerkissä (Liite 15) hyödynnetään edellisen esimerkin havaintoaineistoa. Lähtötilanne on kuitenkin eri: laadullisten muuttujien sijaan Pearsonin korrelaatiokertoimen yhteydessä hyödynnetään Likert-asteikon koodattuja arvoja. Tällöin järjestysasteikollisia muuttujia voidaan käsitellä välimatka-asteikollisina muuttujina. Paason (2003, 25) mukaan vastaavat toimet ovat oikeutettuja, mikäli ne palvelevat tutkimuksen tavoitteita. Esimerkin korrelaatiokerroin on johdettu PSPP-tilasto-ohjelmasta. Esimerkin taulukoinnista voidaan havaita, että muuttujien välillä on havaittavissa erittäin positiivinen korrelaatio. Pearsonin korrelaatiokertoimen arvo (0,96) lähenee korrelaatiokertoimen vastaavaa maksimiarvoa (1,00). Lisäksi voidaan huomata, ettei saatu tulos johdu sattumasta: kaksisuuntaisen p -arvon (0,00) mukaan tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä.

Opinnäytetyön tekijä on myös pyrkinyt havainnollistamaan saatuja tuloksia hajontakuvion avulla. Hajontakuvion x -akselille on asetettu selittävä muuttuja, eli laatumielikuva. Vastaavasti hajontakuvion y -akselille on asetettu selitettävä muuttuja, eli asiakastyytyväisyys. Hajontakuviolla pyritään kuvaamaan muuttujan arvojen lineaarista riippuvuutta. Esimerkin hajontakuvion tummennetut muuttujan arvot pyrkivät mallintamaan muodostuvaa regressiosuoraa. Hajontakuviosta voidaan huomata, että muuttujien välillä on havaittavissa erittäin positiivinen korrelaatio. Saatua tulosta voidaan täydentää laskennallisen selitysasteen avulla. Selitysaste kuvaa, kuinka suuren osan selittävä muuttuja (x) selittää selitettävän muuttujan (y) vaihtelusta (Heikkilä 2014, 10-11). Esimerkin selitysasteen (0,92) pohjalta voidaan tulkita, että NUTS Karhunkierroksen asiakkaiden laatumielikuvilla voidaan selittää noin 92 % asiakastyytyväisyyden vaihtelusta.

6.5 Reliabiliteetin ja validiteetin tulkitseminen

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan kykyä toistaa saadut mittaustulokset. Määrittelyosuuden toinen pääkohta linkittyy tulosten sattumanvaraisuuteen. Vastaavasti validiteetilla tarkoitetaan kyselytutkimuksessa käytettyjen mittarien kykyä mitata niitä kokonaisuuksia, joita niiden tulee mitata. (Hirsjärvi ym. 2004, 216-217; Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 189.) Opinnäytetyön kontekstissa reliabiliteettia ja validiteettia käsitellään kyselytutkimuksesta pinnallistuvien ongelmien kautta. Opinnäytetyön tekijä pyrkii tuomaan esille erilaisia pääkohtia, jotka toimeksiantajan on huomioitava kokonaisluotettavuuden tarkastelun yhteydessä.

Reliabiliteetin arvioinnin ensimmäisenä pääkohtana keskitytään mittarin sisäisen johdonmukaisuuden tarkasteluun. Määrittelyn mukaan mittarin sisäisellä johdonmukaisuudella arvioidaan osamittarin muuttujien samankaltaisuutta. Arviointi suoritetaan Cronbachin alfakertoimen avulla. Alfakertoimen arvo vaihtelee arvojen 0 ja 1 välillä – uusien mittarien kohdalla arvo 0,7 kuvaa hyvää sisäistä johdonmukaisuutta. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 194-195.) Opinnäytetyön tekijä on tuonut esille havainnollistavan esimerkin opinnäytetyön liitteisiin (Liite 16). Esimerkin taulukointi käsittelee kyselylomakkeen toisen osan osamittareita – muuttujien lukumäärä on merkitty sulkeisiin. Esimerkin taulukoinnista voidaan havaita, että lopputulosulottuvuutta arvioiva osamittari oli kaikista johdonmukaisin, mutta myös heikoin osamittari ylitti alfakertoimen arvon 0,7. Sisäisen johdonmukaisuuden lisäksi opinnäytetyön tekijä suosittelee toimeksiantajaa kiinnittämään huomioita myös otoskoko, vastausprosenttiin ja tietojen syöttämiseen. Onko tutkimuksessa käytetty otos edustava? Opinnäytetyön kontekstissa otoksen edustavuus selvitetään taustamuuttujien avulla. Toiseksi opinnäytetyön tekijä tiedostaa, että vastausprosentti voi jäädä alhaiseksi. Tällöin toimeksiantajan on lähetettävä otoksen havaintoyksiköille muistutusviesti kyselyn olemassaolosta. Vastaavasti tietojen syöttämisen kohdalla on tärkeä korostaa huolellisuutta – mahdolliset mittausvirheet vältetään tarkkaavaisella työllä.

Validiteetin tarkasteluosuus voidaan jakaa kahteen pääkohtaan. Ensimmäinen pääkohta käsittelee teoriasta pinnallistuvien käsitteiden operationalisointia. Opinnäytetyön tekijä on pyrkinyt muotoilemaan teoreettiset käsitteet arkikieliseksi ilmaisuiksi. Mahdolliset epäselvyydet voivat johtua kielellisistä eroista: suurin osa kyselylomakkeen toisen osan muuttujista on käännetty englannista suomeksi. Toisena pääkohtana pyritään korostamaan kysymysten ja vastausvaihtoehtojen muotoilun pätevyyttä. Ymmärtääkö opinnäytetyön tekijä ja yksittäinen vastaaja kysymykset samalla tavalla? Opinnäytetyön tekijän tavoitteena on ollut luoda mahdollisimman objektiivinen kokonaisuus – objektiivisuudella voi olla kielteisiä vaikutuksia tapauskohtaisesti.

7 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli muodostaa kyselytutkimuspohja, joka auttaa toimeksiantajaa paitsi havainnoimaan tapahtumiensa nykytiloja, mutta myös luomaan selkeät strategiset ja operatiiviset suuntaviivat tulevien vuosien tapahtumille. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Ruka-Kuusamo Matkailu ry. Opinnäytetyön varsinaisena kehittämistehtävänä oli luoda kyselytutkimuspohja, joka mahdollistaa tapahtumakohtaisen kokonaislaadun sekä asiakastyytyvyyden mittaamisen ja analysoinnin. Kehittämistyön tuotos on rajattu käsittelemään NUTS Karhunkierros- ja Solstice-tapahtumia.

Opinnäytetyön tekijän lähestymistavassa yhdistyvät sekä tutkimuksellisen kehittämistyön että perinteisen tutkimuksen menetelmät. Lähestymistapojen triangulaatiota voidaan käsitellä sekä opinnäytetyön rakenteen että käytettyjen menetelmien näkökulmista. Opinnäytetyön rakenne pohjautuu tutkimuksellisen kehittämistyön kahdeksanosaiseen prosessiin. Rakenteen sisältöpohjassa edetään systemaattisesti nykytilan havainnoinnista kehittämistehtävän määrittämiseen ja teoreettisen tietoperustan muodostamiseen. Alkuvaiheen toimenpiteet mahdollistavat lähestymistavan määrittämisen: opinnäytetyön lähestymistapa linkittyy tiiviisti tapaustutkimuksen alle lukeutuviin kokonaisuuksiin. Opinnäytetyö kulminoituu konkreettisen lopputuotoksen jäsentämiseen ja julkaisuun. Vastaavina menetelminä on hyödynnetty sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia metodeja. Kyselytutkimuspohjan tekemiseen rinnastettavat kokonaisuudet koostuvat suurilta osin kvantitatiivisista menetelmistä. Luotujen kyselylomakkeiden sisällöt, rakenteet ja analysointitavat noudattavat kvantitatiivisen tutkimuksen yleisesti hyväksytyjä periaatteita. Kvalitatiivisina menetelminä on puolestaan hyödynnetty muun muassa haastatteluja, havainnointia, benchmarkkausta ja dokumenttianalyysijä.

Opinnäytetyön tekijä pyrkii tiivistämään opinnäytetyön onnistumiset kolmen pääkohdan mukaan. Ensimmäisenä onnistumisena tunnistetaan lopputuotoksen hyödynnettävyys. Luotu kyselytutkimuspohja on selkeästi jäsenneilty työkalu, joka vastaa määritettyä kehittämistehtävää. Opinnäytetyön tekijän ohjeistukset toimivat toimeksiantajalle selkeänä rakenteellisena kuvauksena. Lisäksi on tärkeää tunnistaa lopputuotoksen hyödynnettävyys myös muiden tapahtumien yhteydessä. Lopputuotoksen ei tarvitse jäädä vain NUTS Karhunkierroksen ja Solsticen tasolle: kyselytutkimuspohjan rakenteellista viitekehystä voidaan hyödyntää myös toimeksiantajan muissa tapahtumissa. Toinen onnistuminen linkittyy teoreettisen tietoperustan hyödyntämiseen. Opinnäytetyön tekijä on onnistunut luomaan laaja-alaisen tietoperustan käsiteltävistä aihekoko-

naisuuksista. Asiakaskäyttämiseen, asiakkaiden subjektiiviseen laatuksitteeseen sekä muodostuvaan asiakaskokemukseen liittyvät kokonaisuudet yhdistyvät saumattomasti tapahtumajärjestäjän näkökulmaan. Teoreettisen viitekehyksen kaksi pääkokonaisuutta tiivistyvät konkreettiseksi lopputuotokseksi. Kolmas onnistuminen pitää sisällään menetelmien moninaisuuden. Opinnäytetyön kontekstissa kvalitatiiviset menetelmät täydentävät kvantitatiivisen tutkimuksen yleisesti hyväksytyjä periaatteita. Menetelmien moninaisuus korostaa opinnäytetyön tekijän ammatillisia kompetensseja.

Mitä kehityskohteita voidaan tunnistaa? Ensimmäisenä kehityskohteena tunnistetaan teoreettiseen viitekehykseen linkittyvät yleistyksiset. Yleistyksiä voidaan käsitellä kahden pääkohdan mukaan. Opinnäytetyössä palvelualojen laatuksitettä on täydennetty tapahtumakohtaisen laatuksitteen mukaisilla kokonaisuuksilla. Muodostuvana lopputulemana on palvelualojen piiristä johdettu teoreettinen ilmaus – tapahtuman kokonaisuuslaatu. Kyseistä käsitettä ei esiinny sellaisenaan suomalaisessa tutkimuskirjallisuudessa, mikä herättää kysymyksen kyselytutkimuspohjan pätevydestä. Toinen pääkohta linkittyy SERVQUAL-mallin hyödyntämiseen. Grönroosin (2015, 116-117) määrittelyosuuden mukaan mallin optimaalinen hyödyntäminen vaatii asteittaisia mukautuksia ennen varsinaista käyttöönottoa. Määritetyt mukautukset liittyvät tarpeettomien näkökulmien poistoon sekä tarpeellisten näkökulmien lisäämiseen. Onko opinnäytetyön tekijä ottanut liikaa vapauksia asteittaisten mukautusten tekemisessä? Toisena kehityskohteena tunnistetaan kommunikointi toimeksiantajan kanssa. COVID-19-pandemiatilanne on vaikuttanut merkittävästi paitsi opinnäytetyön luonteeseen, mutta myös toimeksiantajan toimintaan. Pandemiatilanteen myötä kommunikointi on vähentynyt, mikä vaikuttaa omalta osaltaan opinnäytetyön hyödynnettävyyteen. Selkeän tavoitekentän laatiminen ja säännöllisemmät ohjaustapahtumat olisivat mahdollistaneet kyselytutkimuspohjan optimoimisen juuri toimeksiantajan tarpeiden mukaan. Toisena hyödynnettävyyteen liittyvänä pääkohtana käsitellään analysointivaiheen ohjeistuksia. Opinnäytetyön tekijällä ei ole ennakkotietoa toimeksiantajan kyvyistä käyttää määrällisen tutkimusotteen yksi- ja kaksiulotteisia tarkastelumetodeja. Täten opinnäytetyön tekijä kyseenalaistaa ohjeistuksiansa selkeyden.

Opinnäytetyön tekijä tunnistaa useita jatkotutkimusaiheita, jotka mahdollistavat muodostuneen lopputuotoksen täydentämisen. Olennaisin jatkotutkimusaihe linkittyy luodun kyselytutkimuspohjan testaamiseen. Opinnäytetyön tekijän luoma havaintoaineisto antaa vain suuntaa antavaa informaatiota kyselytutkimuksen käyttökelpoisuudesta – todellista toteumaa voidaan havainnoida vasta konkreetian tasolla. Testaaminen mahdollistaa paitsi luodun kyselylomakkeen testaamisen, mutta myös analysointivaiheen ohjeistuksien arvioinnin.

Toinen jatkotutkimusaihe liittyy tapahtumakohtaisen kokonaislaadun ja asiakastyytyväisyyden kvalitatiiviseen mittaamiseen. Lähestymistavan erilaisuuden takia, kvalitatiivinen tutkimusasetelma mahdollistaa kvantitatiivisten tulosten kriittisen arvioinnin. Tutkimusasetelman tutkimusongelma voidaan muotoilla seuraavasti: ”Miten tapahtumajärjestäjien mielipiteet tapahtuman kokonaislaadusta eroavat NUTS Karhunkierroksen/Solsticen osallistujien mielipiteistä?” Tutkimusasetelman teoreettisena lähtökohtana on Parasuramanin ym. (1985) määrittämä kuiluanalyysimalli. Tämän opinnäytetyön kontekstissa testattiin vain kuiluanalyysimallin viidennen kuilun paikkansapitävyyttä. Kyseinen tutkimusasetelma asettaa vastakkain tapahtumajärjestäjien ja osallistujien mielipiteet kuiluanalyysimallin neljästä ensimmäisestä kuilusta. Toisin sanoen, asetelmalla voidaan verrata osapuolten mielipiteitä vallitsevista tarpeista ja motivaatiotekijöistä, palvelukohtaisista laatu-ulottuvuuksista, toiminnallisesta laadusta sekä tapahtuman markkinointiviestinnästä (Kotler 2017, 582-585). Aineiston kerääminen suoritetaan kontrolloidun haastattelututkimuksen avulla. Kyseisessä tutkimusasetelmassa tutkijan on kiinnitettävä erityistä huomiota haastattelukysymysten strukturoituun rakenteeseen, sillä tavoitteena on kysyä samat kysymykset molemmilta osapuolilta.

Kolmas jatkotutkimusaihe liittyy NUTS Karhunkierrokseen ja Solsticeen osallistuvien henkilöiden palvelupolkuihin. Kyseinen jatkotutkimusaihe kumpuaa opinnäytetyön haasteista: opinnäytetyön tekijän haasteena oli havainnoida osallistujien palvelupolkuja pelkän omakohtaisen havainnoinnin avulla. Tapahtumien kontekstissa palvelupolku on hyvin moniulotteinen kokonaisuus, täten on mielekästä testata Tuulaniemen (2011, 79) palvelupolun oikeellisuutta. Kyseistä jatkotutkimusaihetta lähestytään ongelmaperusteisen kehittämistyön metodein – tarkoituksena on tuottaa ratkaisu johonkin ongelmaan. Lähestymistapana käytetään Ojasalon ym. (2014, 178-182) määrittelyosuudesta pinnallistuvaa kuusivaiheista prosessianalyysia. Muodostuvana lopputulemana on palvelukohtainen prosessikaavio (palvelun blueprint), joka mahdollistaa palvelukohtaisien vahvuuksien ja heikkouksien havainnoimisen. Siinä missä opinnäytetyön kehitystoimenpiteet jäivät objektiiviselle tasolle, kyseinen jatkotutkimusaihe mahdollistaa tapahtumien asiakaslähtöisen kehittämisen.

Satunnaisista kehityskohteista huolimatta opinnäytetyön tekijä mieltää työnsä erittäin onnistuneeksi. Syynä tähän on tutkimuksellisen kehittämistyön eroavaisuudet perinteiseen tutkimukseen: saatuja tuloksia ei jaeta tieteellisen yhteisön analysoitavaksi, vaan pääpainona on tulosten tuominen erilaisten käytännön yhteisöjen tietoisuuteen. Opinnäytetyön kontekstissa käytännön yhteisöillä tarkoitetaan työn toimeksiantajaa sekä LoNP-hankeeseen liittyviä hanketoimijoita.

Työn onnistuneisuutta lisää myös kehittämistyön tavoite: kehittämistehtävään on saatu ratkaisu kehittämistyön menetelmin.

Opinnäytetyön tekijä on erittäin tyytyväinen työskentelynsä. Työskentelylle asetettiin kaksi pääasiallista tavoitetta. Ensimmäisenä tavoitteena oli rakentaa toimeksiantajaa miellyttävä kehittäminen, jossa yhdistyvät järjestelmällisyys, analyyttisyys ja kriittisyys. Toinen tavoite liittyi tiiviisti omakohtaisen osaamistason kehittämiseen. Opinnäytetyön tekijä kokee työnsä olevan selkeästi jäsenelty kokonaisuus, jossa jokainen yksittäinen valinta on perusteltavissa. Osaamistason osalta opinnäytetyön tekijä tunnistaa kehittyneensä sekä tiedonhakijana että tutkijana. Tämän lisäksi kehittymistä voidaan tarkastella alakohtaisten kompetenssien mukaan: opinnäytetyön tekijä on onnistunut kartuttamaan sekä asiantuntijuuttaan, eettistä osaamistaan että innovaatio-osaamistaan.

Lähteet

- Anderson, E.W., & Mittal, V. (2000). Strengthening the satisfaction-profit chain. *Journal of Service Research*, 3(2), 107. Saatavilla 12.6.2020. https://www.researchgate.net/profile/Vikas_Mittal8/publication/235361344_Strengthening_the_Satisfaction-Profit_Chain/links/56e632a208ae98445c2173cf/Strengthening-the-Satisfaction-Profit-Chain.pdf
- Aluehallintovirasto. (2020). *Tartuntatautilain 58 §:N mukainen päätös Pohjois-Suomen aluehallintoviraston toimialueelle*. Oulu: Pohjois-Suomen aluehallintovirasto. Saatavilla 15.7.2020. <http://www.avi.fi/documents/10191/16683309/TTL+58+%C2%A7%20yleis%C3%B6tilaisuudet+p%C3%A4%C3%A4t%C3%B6s+PSAVI+hein%C3%A4kuu+2020.pdf/71457441-2a93-4302-b39f-02d6194cbc8b>
- Bowdin, G., O'Toole, W., Allen, J., Harris, R., & McDonnell, I. (2006). *Events management*. Routledge.
- Brännare, R., Kairamo, H., Kulusjärvi, T., & Matero, S. (2005). *Majoitus- ja matkailupalvelu* (4th ed.). Helsinki: WSOY.
- Camilleri, M. A. (2018). *Understanding Customer Needs and Wants*. In *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*. Cham, Switzerland: Springer Nature. Saatavilla 10.5.2020. <https://www.um.edu.mt/library/oar/bitstream/123456789/21435/5/Understanding%20Customer%20Needs%20and%20Wants.pdf>
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a re-examination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68. Saatavilla 7.6.2020. https://www.researchgate.net/publication/225083621_Measuring_Service_Quality_-_A_Reexamination_And_Extension/link/54fbd7a70cf20700c5e7dc4c/download
- Cutler, S., Carmichael, B. (2010). *The Dimensions of the Tourist Experience*. Teoksessa Morgan, M., Lugosi, P. & Brent Ritchie, J.R. (toim.) *The tourism and leisure experience: Consumer and managerial perspectives*. London: Channel View Publications.
- Dowson, R., & Bassett, D. (2018). *Event planning and management: principles, planning and practice*. London: Kogan Page Publishers.

- Drummond, S., & Anderson, H. (2004). *Service quality and managing your people*. Teoksessa Yeoman, I., Robertson, M., & Ali-Knight, J. (toim.) *Festival and events management*. Oxford, England: Taylor & Francis. Saatavilla 11.6.2020. <https://kamezproxy01.kamit.fi:2252/>
- EURA. (N.d.). Euroopan aluekehitysrahaston (EAKR) rahoittaman hankkeen kuvaus. Saatavilla 15.7.2020. <https://www.eura2014.fi/rrtiepa/projekti.php?projektikoodi=A74752>
- Finder. (N.d.). Northern Ultra Trail service NUTS oy. Saatavilla 6.5.2020. <https://www.finder.fi/Urheiluseura/Northern+Ultra+Trail+Service+NUTS+Oy/Lumijoki/yhteystiedot/2841626>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29 (3), 403-428. Saatavilla 16.6.2020. http://old.sociologia.unimib.it/DATA/Insegnamenti/20_4869/materiale/event-turism.pdf
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. London: Routledge.
- Grönroos, C. (2015). *Palvelujen johtaminen ja markkinointi* (5th ed.). Vantaa: Talentum Media.
- Gustafsson, C. (2013). *Tilastotieteen johdantokurssi*. Vaasa: Vaasan yliopisto. Saatavilla 16.6.2020. http://lipas.uwasa.fi/~chg/TJK_s2013.pdf
- Heikkilä, T. (2014). *Muuttujien väliset riippuvuudet – esimerkkejä*. Edita Publishing. Saatavilla 17.6.2020. <http://www.tilastollinentutkimus.fi/5.SPSS/Riippuvuudet.pdf>
- Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2004). *Tutki ja kirjoita* (10th ed.). Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Järviluoma, J. (2020). Hopeasompa 2020 -kyselylomake. Sähköpostiviesti 18.3.2020. Vastaanottaja J. Jokelainen.
- Järviluoma, J. (2017). *Liikuntatapahtumien talousvaikutusten laskentaa EEKA-hankkeessa*. Teoksessa Keränen, V. & Järviluoma, J. (toim.) *Aktiviteettimatka Kainuuta kehittämässä – esimerkkejä TKI-toiminnasta*. Kajaani: Kajaanin ammattikorkeakoulu. Saatavilla 15.6.2020. <https://docplayer.fi/69110617-Aktiviteettimatka-kainuuta-kehittamassa-esimerkkeja-tki-toiminnasta.html>
- Kankkunen, P., & Vehviläinen-Julkunen, K. (2013). *Tutkimus hoitotieteessä* (3rd ed.). Helsinki: Sanoma Pro.

- Korkiakoski, K. (2019). *Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus*. Helsinki: Alma Talent. Saatavilla 20.5.2020. <https://kamezproxy01.kamit.fi:2335/teos/BAGBGXDTEB#piste:t7T>
- Kotler, P. (2017). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Boston: Pearson.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer-Relationship-Management* (3rd ed.). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Markovic, S., Dorcic, J., & Krnetić, M. (2015). Visitor satisfaction and loyalty measurement of a local food festival: Application of FESTPERF scale. In *3rd International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe*. Saatavilla 12.6.2020. https://www.researchgate.net/profile/Jelena_Dorcic/publication/280616954_Visitor_Satisfaction_and_Loyalty_Measurement_of_a_Local_Food_Festival_Application_of_FESTPERF_Scale/links/55bf245e08ae092e96651e53.pdf
- Mattila, M. (2003). Otos ja otantamenetelmät. Teoksessa Borg, S., Mattila, M., Paaso, E., & Sivonen, J. (toim.) *Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen arkisto. Saatavilla 16.6.2020. https://www.mv.helsinki.fi/home/mmattila/kvanti/motv_tekstit.pdf
- McLeod, S. (2013). Maslow's hierarchy of needs. *Simply psychology*, (1-8). Saatavilla 12.5.2020. <http://highgatecounselling.org.uk/members/certificate/CT2%20Paper%201.pdf>
- Mellin, I. (2005). *Tilastollisten aineistojen kerääminen ja mittaaminen*. Helsinki: Aalto yliopisto. Saatavilla 16.6.2020. <http://math.tkk.fi/opetus/sovtoda/luennot/vanhat/TILKE100.pdf>
- Mellin, I. (2010). *Tilastolliset taulukot*. Helsinki: Aalto yliopisto. Saatavilla 17.6.2020. <https://math.aalto.fi/opetus/ms-a0502/luennot14/Ilkka-Mellinin-tilastolliset-tilukot.pdf>
- NUTS. (N.d.a). NUTS trail running -tapahtumat. Saatavilla 6.5.2020. <https://nuts.fi/fi/events/>
- NUTS. (N.d.b). Tietoa. Saatavilla 6.5.2020. <https://nuts.fi/fi/tietoa/>
- NUTS. (N.d.c). Upeimmat polkujuoksut. Saatavilla 6.5.2020. <https://nuts.fi/fi/>
- NUTS Karhunkierros. (N.d.a). Historia. Saatavilla 6.5.2020. <https://nutskarhunkierros.fi/fi/#historia>
- NUTS Karhunkierros. (N.d.b). Matkat. Saatavilla 6.5.2020. <https://nutskarhunkierros.fi/fi/#matkat>

- NUTS Karhunkierros. (N.d.c). NUTS karhunkierros 2019 - osallistujat ikäluokittain. Saatavilla 6.5.2020. <https://nutskarhunkierros.fi/wp-content/uploads/2019/05/kk2019-agstatistic.pdf>
- Ojasalo, K., Moilanen, T., & Ritalahti, J. (2014). *Kehittämistyön menetelmät - uudenlaista osaamista liiketoimintaan* (3rd ed.). Helsinki: Sanoma Pro.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. (2020). *Ohje koronavirustartuntojen ehkäisemisestä yleisötilaisuuksien ja yleisten kokoontumisten yhteydessä sekä julkisten tilojen käytössä*. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö. Saatavilla 15.7.2020. http://www.avi.fi/documents/10191/16524500/OKM+THL+Ohje+yleis%C3%B6tilaisuuksiin+yleisiin+kokoontumisiin+ja+julkisten+tilojen+k%C3%A4ytt%C3%B6%C3%B6n_140520+4682.pdf/f4049515-11e1-40c9-a6d1-4547e83d9bd1
- Oliver, R.L. (1997) A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research* 17 (Nov.), 460– 469. Saatavilla 17.5.2020. <http://eli.johogo.com/Class/p19.pdf>
- Paaso, E. (2003). Mittaaminen. Teoksessa Borg, S., Mattila, M., Paaso, E., & Sivonen, J. (toim.) *Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen arkisto. Saatavilla 16.6.2020. https://www.mv.helsinki.fi/home/mmattila/kvanti/motv_tekstit.pdf
- Parasuraman, A. (1995) Measuring and monitoring service quality. In: Glynn, W.J. and Barnes, J.G. *Understanding Services Management*, 143-177. Chichester: John Wiley & Sons.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Puustinen, A., & Rouhiainen, U. (2007). *Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja*. Helsinki: Edita Publishing.
- Ruka. (N.d.a). Gateway to land of national parks. Saatavilla 15.7.2020. <https://www.ruka.fi/gateway-to-land-of-national-parks>
- Ruka. (N.d.b). Nuts karhunkierros 2020. Saatavilla 6.5.2020. <https://www.ruka.fi/nuts>
- Ruka. (N.d.c). Ruka-kuusamo matkailu ry. Saatavilla 6.5.2020. <https://www.ruka.fi/ruka-kuusamo-matkailu>

Ruka. (N.d.d). Ruka-kuusamo matkailu ry:n organisaatio. Saatavilla 6.5.2020.

<https://www.ruka.fi/ruka-kuusamo-matkailu/organisaatio>

Ruka. (N.d.e). Solstice. Saatavilla 6.5.2020. <https://www.ruka.fi/solstice>

Salonen, K. (2013). *Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen opinnäytetyöhön - opas opiskelijoille, opettajille ja TKI-henkilöstölle*. Turku: Turun ammattikorkeakoulu. Saatavilla 11.6.2020. <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522163738.pdf>

Sanchez, J., Callarisa, L., Rodriguez, R. M., & Moliner, M. A. (2006). Perceived value of the purchase of a tourism product. *Tourism management*, 27(3), 394-409. Saatavilla 16.5.2020. https://www.researchgate.net/publication/223193807_Perceived_value_of_the_purchase_of_a_tourism_product

Shone, A., & Parry, B. (2013). *Successful event management* (4th. ed.). Hampshire: Cengage Learning.

Smith, I. (2012). *Meeting customer needs*. Routledge: Chartered Management Institute.

Solsticefestival. (N.d.a). Program. Saatavilla 6.5.2020. <https://solsticefestival.fi/program/>

Solsticefestival. (N.d.b). Sustainability. Saatavilla 6.5.2020. <https://solsticefestival.fi/sustainability/>

Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism* (1st. ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Tarssanen, S. & Kylänen, M. (2009). Elämys – mikä se on? Teoksessa Tarssanen, S. (toim.) *Elämystuottajan käsikirja* (6th ed.). (8-11). Rovaniemi: Sevenprint. Saatavilla 12.6.2020. <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/elmystuottaja%20ksikirja.pdf>

Tuulaniemi, J. (2011). *Palvelumuotoilu* (2nd ed.). Liettua: Talentum Media.

Vallo, H., & Häyrynen, E. (2012). *Tapahtuma on tilaisuus*. Suomi: Tietosanoma.

Valtioneuvosto. (2020). *Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi tartuntatautilain väliaikaisesta muuttamisesta*. Helsinki: Valtioneuvosto. Saatavilla 16.7.2020. <https://valtioneuvosto.fi/documents/1271139/21429433/Hallituksen+esitys+eduskunnalle+laiksi+tartuntatauti->

Liitteet