

Tarmo Karvonen

Tapahtuman kehittämistutkimus - Case: Vuokatti MTB ja Tour de Sapso

Opinnäytetyö
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Restonomi
Matkailun koulutusohjelma
Syksy 2009



**Kajaanin
ammattikorkeakoulu**

OPINNÄYTETYÖ TIIVISTELMÄ

| | |
|--|---|
| Koulutusala Matkailu-, ravitsemus- ja talousala | Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma |
| Tekijä(t) Tarmo Karvonen | |
| Työn nimi Tapahtuman kehittämistutkimus - Case: Vuokatti MTB ja Tour de Sapso | |
| Vaihtoehtoiset ammattiopinnot | Ohjaaja(t) Pasi Korhonen |
| | Toimeksiantaja Kainuun Liikunta ry/Teemu Takalo |
| Aika Syksy 2009 | Sivumäärä ja liitteet 51+8 |
| <p>Kainuun Liikunta ry järjesti 6.6.2009 ensimmäistä kertaa pyöräilyyn keskittyneen tapahtuman, jonka kaksi eri osa-alueetta kantoivat nimeä Vuokatti MTB ja Tour de Sapso. Tapahtumiin osallistui yhteensä 210 henkilöä. Koska kyseiset tapahtumat järjestettiin ensimmäistä kertaa, oli tarpeen kartoittaa osallistujien mielipiteitä järjestelyiden onnistumisesta.</p> <p>Opinnäytetyön teoria koostuu liikuntamatkailusta, tapahtuman järjestämisestä ja palvelun laadun määrittävistä tekijöistä. Tutkimuksen tarkoituksena oli kyselylomakkeen avulla selvittää, kuinka asiakkaat kokivat tapahtumat ja mille osa-alueille jäi mahdollisesti vielä parantamisen varaa. Menetelmänä toimi kyselytutkimus, joka perustuu kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään.</p> <p>Kyselylomake lähetettiin 175 tapahtumiin osallistuneelle henkilölle, joista 127 vastasi kyselyyn. Kerätyn aineiston käsittelyssä käytettiin Webropol -tiedonkeruuohjelmaa sekä MS Office Excel -taulukkolaskentaohjelmaa. Tutkimuksen avulla kerättyä aineistoa havainnollistetaan graafisin kuvioin.</p> <p>Kyselytutkimuksen avulla kerätyn aineiston perusteella tapahtumia voidaan pitää onnistuneina. Ydinpalvelua tukeneiden palveluiden ja järjestelyiden onnistumisen osalta kerätty palaute osoittautui pääosin positiiviseksi, mutta myös jotakin kehitettävää ilmeni. Vuokatti MTB:n reitin teknisyyden kehittämiseen on syytä kiinnittää huomiota ensi vuoden tapahtumaa silmällä pitäen, kuten myös reittien selkeämpään merkitsemiseen.</p> <p>Tutkimustulosten pohjalta voidaan kuitenkin tehdä se johtopäätös, että järjestäjä on päässyt tavoitteeseensa järjestää onnistunut tapahtuma. Panostamalla ensi vuonna reittien suunnitteluun ja merkitsemiseen on onnistuminen ja tapahtuman jatkuvuus taattu myös tulevaisuudessa.</p> | |
| Kieli | Suomi |
| Asiasanat | Liikuntamatkailu, tapahtuman järjestäminen/kehittäminen, palvelun laatu |
| Säilytyspaikka | <input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun Kaktus-tietokanta <input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto |

| | |
|---|--|
| School Kajaani University of Applied Sciences | Degree Programme Tourism |
| Author(s) Tarmo Karvonen | |
| Title Event Product Development - Case: Vuokatti MTB and Tour de Sapso. | |
| Optional Professional Studies | Instructor(s) Pasi Korhonen |
| | Commissioned by Kainuun Liikunta ry/Teemu Takalo |
| Date Autumn 2009 | Total Number of Pages and Appendices 51+8 |
| <p>On 6th June 2009 Kainuun Liikunta ry organized for the very first time two sports events, which were totally focused on cycling. The names of the two events were Vuokatti MTB and Tour de Sapso, and a total of 210 persons took part in them. Because the events were organized for the first time, there was an explicit need to collect some feedback on the participants' opinions concerning the success of the event arrangements.</p> <p>The theory section of this thesis consists of sports tourism, event management and the quality of service. The main purpose of the thesis was to collect information from the participants. Their personal views on the event and the parts of the arrangements they considered requiring improvement were explored. The research method used in this thesis was quantitative and the research material was collected with a questionnaire. The questionnaire was sent to 175 participants and 127 of them responded. The collected material was processed using Webropol and MS Office Excel computer programs.</p> <p>Based on the information collected, the events were a success. The feedback concerning the additional services and the success of the arrangements was mainly positive. There were also some faults revealed. The track of Vuokatti MTB should be developed so that next year it would be more technically challenging, and there should be more signs which show the right way on the track.</p> <p>As a conclusion, according to the research material, the event organizer has reached its goal to arrange a successful sports event. By adding the technical aspect of the Vuokatti MTB's track and marking the route better, the event will surely succeed and secure its place in the future.</p> | |
| Language of Thesis | Finnish |
| Keywords | Sport tourism, event management, quality of service |
| Deposited at | <input checked="" type="checkbox"/> Kaktus Database at Kajaani University of Applied Sciences <input checked="" type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences |

SISÄLLYS

| | |
|--|----|
| 1 JOHDANTO | 1 |
| 2 LIIKUNTAMATKAILU | 2 |
| 3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN | 5 |
| 3.1 Miksi tapahtumia järjestetään? | 5 |
| 3.2 Suunnittelu | 5 |
| 3.3 Toteutus | 6 |
| 3.4 Jälkimarkkinointi | 8 |
| 4 TAPAHTUMA PALVELUNA | 10 |
| 4.1 Tapahtuman laatu | 12 |
| 4.2 Onnistuneen tapahtuman tunnuspiirteitä | 15 |
| 5 VUOKATTI MTB JA TOUR DE SAPSO | 19 |
| 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS | 21 |
| 6.1 Tutkimusongelma | 21 |
| 6.2 Tutkimusmenetelmän valinta | 21 |
| 6.3 Aineiston kerääminen ja kyselylomakkeen laadinta | 22 |
| 6.4 Kyselytutkimus | 22 |
| 6.5 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti | 23 |
| 7 TUTKIMUSTULOKSET | 25 |
| 8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET | 45 |
| LÄHTEET | 49 |
| LIITTEET | |

1 JOHDANTO

Tämä Vuokatti MTB:n ja Tour de Sapson 2009 asiakastyytyväisyyskyselyyn perustuva kehittämistutkimus toteutettiin Kajaanin Ammattikorkeakoulun restonomikoulutuksen opinnäytteenä. Aiheen tähän työhön sain kevään 2009 työharjoittelupaikastani, Kainuun Liikunta ry:ltä, ja työn toteutuksen aloitin toukokuussa 2009. Työn kohderyhmänä ovat edellä mainittuihin tapahtumiin osallistuneet asiakkaat.

Olin itse mukana tapahtumien järjestelyissä sekä aiemmin keväällä että itse tapahtumassa, joten aihe oli helppo valita. Valinta oli perusteltu myös siksi että tapahtumat järjestettiin ensimmäistä kertaa, joten järjestäjän tarve niiden onnistumisen kartoittamiseksi oli ilmeinen.

Lähtökohtanani oli selvittää miten osallistujat kokivat tapahtumat, mitä järjestelyissä olisi voitu tehdä toisin, missä onnistuttiin ja missä epäonnistuttiin. Työni tavoitteena on luoda perusteltuja kehittämissuhteita Vuokatti MTB:n ja Tour de Sapson järjestäjälle tapahtumaan osallistuneilta kerätyn asiakaspalautteen perusteella.

Tutkimuksen toteutuksessa käytettiin sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ja aineiston keräämisessä käytettiin Webropol -tiedonkeruujärjestelmää. Aineiston käsittelyssä hyödynnettiin edellä mainittua Webropol -ohjelmaa sekä Microsoft Exceliä. Opinnäytteen teoriaosuudessa käsitellään liikuntamatkailua, tapahtumanjärjestämistä ja otetaan näkökulmaa onnistumisen arviointiin tarkastelemalla tapahtumaa palvelutuotteena.

2 LIIKUNTAMATKAILU

Liikuntamatkailun juuret ulottuvat syvälle ihmiskunnan historiaan - antiikin olympialaisia matkustettiin seuraamaan pitkienkin matkojen päästä. Meillä Suomessa voidaan kuitenkin puhua suhteellisen uudesta ilmiöstä, sillä *osaksi nykyistä matkailuelinkeinoa* liikuntamatkailu on katsottu vasta noin 20 vuotta - täytyy kuitenkin muistaa että nykyistä, liikuntamatkailun kriteerit täyttävää toimintaa on harjoitettu jo paljon aiemminkin, hyvänä esimerkkinä Helsingin kesäolympialaiset vuonna 1952. Liikuntamatkailijaksi voidaan määritellä henkilö, jonka motiivina matkustaa oman asuinkuntansa ulkopuolelle toimii osallistuminen liikunta-aktiiviteetteihin tai -tapahtumiin. Toinen motiivi voi olla tällaisten tapahtumien seuraaminen - fyysinen suorittaminen ei siis liikuntamatkailussa ole välttämätöntä. (Lackman & Verhelä 2003, 125.) Liikuntamatkailussa ei ole kyse ainoastaan liikunnan ja matkailun yhdistelmästä, vaan monitahoisesta nykyajan ilmiöstä (Highman & Hinch 2009, 12).

Liikunta- ja urheilusuorituksen ja sitä kautta liikuntamatkailun viehätysvoimaa ja kiinnostavuutta osana kulttuuria on hankala määritellä, mutta niitä synnyttävät ainakin seuraavat urheilun elementit:

- Kilpailemisen synnyttämä tunteenpalo
- Epämääräisten ja yllättävien lopputulosten aikaansaama jännite
- Suosikkiurheilijan tai -joukkueen puolesta jännittämisestä syntyvät tuntemukset
- Ihmisiä yhdistävä, kollektiivinen kokemus
- Urheilulle ominaiset rituaalit, draama ja symbolismi

(Highman & Hinch 2009, 63.)

Liikuntamatkailu itsessään voidaan jakaa kolmeen kategoriaan: aktiiviseen, passiiviseen ja nostalgiseen liikuntamatkailuun. Aktiivisessa liikuntamatkailussa matkailuelämyksen tarjoaa oma fyysinen suorittaminen ja matkalle lähdön ainoa motiivi voi olla liikunta. Liikunta matkustamisen motiivina voi kuitenkin olla myös toissijainen, pääasia kuitenkin on että matkalla harrastetaan liikuntaa tai osallistutaan liikunta-aktiiviteetteihin. Liikunnan ei tarvitse

pohjautua mihinkään tiettyyn lajiin, vaan osallistuminen erilaisiin peleihin ja leikkeihin luetaan yhtäläillä liikuntamatkailuun kuuluvaksi. (Lackman & Verhelä 2003, 129.)

Passiivinen liikuntamatkailija on aktiivisen liikuntamatkailijan vastakohta - hän ei itse osallistu toimintaan, vaan on esimerkiksi yleisössä seuraamassa urheilukilpailua. Passiivista liikuntamatkailua harrastavia on yllättävän paljon, esimerkkinä vaikkapa formula 1 -matkailu ja matkustaminen seuraamaan jääkiekon MM-kisoja. (Lackman & Verhelä 2003, 129-131.)

Nostalgiamatkailusta liikuntamatkailun yhtenä osa-alueena puhuttaessa tarkoitetaan matkustamista urheilusuoritusten tai -tapahtumien järjestämispaikoille, urheilumuseoihin tai ihailijakerhojen tapaamisiin. Nostalgiamatkailija ei ole passiivinen urheilun ja liikunnan sivustaseuraaja, vaan hänellä on kiinteämpi ja syvempi side harrastukseensa. (Lackman & Verhelä 2003, 131.) (Kuvio 1.)



Kuvio 1. Liikuntamatkailu. (Lackman & Verhelä 2003, 128.)

Terveysmatkailu on liikuntamatkailua lähellä oleva matkailun muoto, sillä molemmissa on kyse fyysisen kunnon ylläpidosta ja virkistäytymisestä. Mitä enemmän palveluun liittyy terveydenhuollon ammattilaisen suorittamia toimenpiteitä, sitä lähempänä terveysmatkailua palvelu on. (Lackman & Verhelä 2003, 125.)

Nykypäivänä liikuntamatkailu on yhä suosittuempaa, sillä fyysisen kunnon ylläpidon ja elämäntapojen terveellisyys merkitys on noussut huimasti. Oma osansa tässä positiivisessa

muutoksessa on varmasti myös liikunta-, terveys- ja luontomatkailun läheisellä suhteella - vihreiden arvojen, kestävän kehityksen ja ilmastonmuutoksen huomioiminen ja näiden asioiden mediassa puimisen myötä ihmisten huoli ympäristöstä, halu liikkua ja pitää itsestään huolta on kasvanut. Suosion kasvuun on vaikuttanut myös yleinen matkailun lisääntyminen, joka on yhteiskunnan hyvinvointiin sidonnainen asia aivan kuten liikuntamatkailukin, sillä ihmisen ollessa irti arjen rutiineista myös kynnys kokeilla uusia asioita ja lajeja on matalampi. (Lackman & Verhelä 2003, 126.)

Liikuntamatkailu myös palvelee nykyihmisen kasvanutta elämyshakuisuutta ja muitakin tarpeita - liikunnallinen suoritus itsessään tuo hyvän olon. Ryhmässä tai joukkueessa toimiminen sen sijaan vastaa ihmisen sosiaalisiin tarpeisiin, ja muiden päihittäminen nostattaa itsetuntoa ja pönkittää egoa. (Lackman & Verhelä 2003, 126.) Liikuntamatkailu on myös keino jolla eri sosiaaliryhmät erottautuvat muista, tässä tapauksessa epäterveelliset elämäntavat omaavista ihmisryhmistä, ja tapa yksilölle osoittaa sosiaalista statustaan, mainettaan ja arvovaltaansa (Highman & Hinch 2009,3).

3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

3.1 Miksi tapahtumia järjestetään?

Uusia palveluja ja tuotteita on kehitettävä yrityksen tai organisaation tulevaisuuden turvaamiseksi, tuloksen parantamiseksi sekä aseman vahvistamiseksi kovassa kilpailussa. Merkittävä, ellei peräti merkittävin uusien palvelujen kehittämistarvetta luova tekijä ovat asiakkaiden alati muuttuvat tarpeet, joihin on pyrittävä vastaamaan. Nämä muuttuvat tarpeet ovat toimintaympäristön muutosten ohella arvokkaita uusien palvelujen ja tuotteiden suunnittelua ja kehittämistä ohjaavia johtolankoja. Merkittävässä roolissa on myös näiden muutosten ennakointi, ja ennusteiden huomioiminen tuotekehitysprosessissa. (Hemmi 2005, 327.)

Ihmisten elämyshakuisuuden kasvamisen myötä myös tapahtumille on yhä enemmän kysyntää. Nykyihmiset ovat kiireisiä ja kilpailevia virikkeitä on paljon, joten se asettaa myös tapahtumia järjestäville tahoille uusia haasteita – osallistujille on pyrittävä tarjoamaan jotakin pysäyttävää ja elämyksiä tuottavaa. Jos tässä onnistutaan, voivat tapahtumat tarjota erinomaisen pysähdyspaikan, jossa kohdataan muita ihmisiä ja hankitaan uusia, ikimuistoisia kokemuksia. (Häyrinen & Vallo 2008, 224.)

3.2 Suunnittelu

Tapahtuman huolellisella suunnittelulla ja tavoitteiden määrittelyllä päästään jo pitkälle. Vaikka kaikki lähteekin liikkeelle hyvästä ja toteuttamiskelpoisesta ideasta, on sen pohjalta luotava konkreettisia tavoitteita ja kattava suunnitelma - suunnitelman avulla keinot tavoitteiden saavuttamiseksi ovat helpommin löydettävissä. Myös toiminnan tehokkuus, sekä ajan ja rahan käyttö tehostuvat kun resurssien ja toimintojen johtaminen on suunniteltua. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.)

Perinpohjaisen suunnittelun jälkeistä järjestelyjen etenemistä on huomattavasti helpompi hallita, kun tapahtumakokonaisuus jaetaan pienempiin osiin ja vastuuta jaetaan useammille ihmisille - onhan tapahtuma pohjimmiltaan kuitenkin vain sarja toimintoja (Iiskola-Kesonen 2004, 16).

Suunnitteluvaiheessa on tärkeää huomioida kaikki ne ihmiset jotka ovat mukana tapahtuman järjestämisessä - heidän tietotaitonsa saadaan näin mukaan heti alussa ja samalla työntekijät sitoutuvat tavoitteisiin joita tapahtumalle on ennakkoon asetettu. Kun kaikilla työntekijöillä on yhtenevä näkemys tapahtuman tavoitteista ja sen toteutuksesta, myös onnistumisen todennäköisyys on suurempi. Kaikkien järjestelyihin osallistuvien mukaan ottaminen heti alkuvaiheessa auttaa jokaista ymmärtämään oman roolinsa ja tärkeytensä osana suurempaa kokonaisuutta. Onnistunut tapahtuma on eri tahojen saumattoman yhteistyön tulos. (Häyrinen & Vallo 2003, 179, 184.) Työntekijöiden tavoitteisiin sitouttamista ja perehdyttämistä voidaan tehostaa tekemällä tapahtumalle kirjallinen palveluajatus, jossa käydään konkreettisesti läpi miksi, mitä, kenelle ja kuinka järjestetään (Iiskola-Kesonen 2004, 19).

3.3 Toteutus

Tapahtumaa järjestettäessä on mietittävä tarkkaan mitä halutaan järjestää, kuinka tapahtuma toteutetaan ja kuka sen järjestää. Hiljalleen varsinainen ydinpalvelu eli tapahtuman sisältö ja sitä tukevat lisä- ja tukipalvelut selkenevät. Toteuttaminen itse alusta loppuun on mahdollista, mutta se edellyttää omalta organisaatiolta valtaisaan työpanosta ja sitoutumista. Itse toteutettaessa kaiken suunnittelu, tekeminen, etsiminen ja varmistaminen täytyy tehdä itse. Vastaavasti tapahtuman toteutus on mahdollista ostaa valmiiksi räätälöitynä tapahtumatoimistolta. Valintaan vaikuttaa olennaisesti tapahtuman tavoite, kohderyhmä, aikataulu, budjetti sekä oman organisaation osaaminen. (Häyrinen & Vallo 2003, 68-69.)

Tapahtuman toteuttamista oman organisaation voimin puoltavat muun muassa valta päättää tapahtuman luonne sekä varmuus lopputuloksesta. Toisaalta ylivoimaiseksi haasteeksi tässä tapauksessa voivat nousta suuri työmäärä ja vastuu, sekä osaamisen puute ja kokemattomuus. Usein organisaatiot päätyvät käyttämään omia resurssejaan kustannussyistä. (Häyrinen & Vallo 2003, 68-69.)

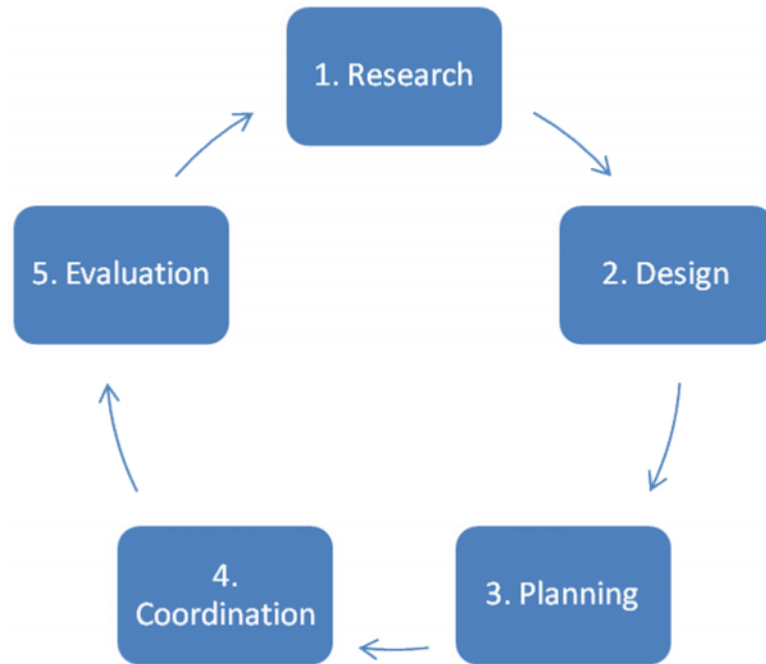
Asiakkaat, eli osallistujat, tekevät tapahtuman, joten tieto siitä on saatava mahdollisimman tehokkaasti heidän korviinsa. Tapahtuman markkinointikanavan valinta on riippuvainen tapahtuman kohderyhmästä ja tavoitteista. Esimerkiksi jos tavoitteena on tavoittaa nuorisoa, ovat sähköiset mediat varteen otettava vaihtoehto. Tärkeintä on suunnitella, harkita ja maalaisjärkeä käyttäen miettiä mitä missäkin kannattaa markkinoida. (Häyrinen & Vallo

2003, 103.) Markkinointi helpottuu kun tapahtumalle on asetettu selkeät tavoitteet (Iiskola-Kesonen 2004, 9).

Markkinointikanavan valinta vaikuttaa myös viestin muotoon - esimerkiksi monistettu tiedote voi olla hyvinkin laaja kertoen tapahtuman taustoista, kun taas nettisivuilla viestin on hyvä olla lyhyt ja ytimekäs. Tärkeintä on kuitenkin viestin selkeys ja kiinnostavuus. Yksityiskohtia ei tulisi olla liikaa, mutta se ei saisi myöskään aliarvioida vastaanottajaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 64.)

Itsessään se tarkoin suunniteltu hetki kun tapahtuma toteutetaan, on todella lyhyt verrattuna taustatyöhön - tosin tapahtumahan voi kestää yhden illan, päivän tai viikonlopun. Kulissit rakennetaan, seurataan itse tapahtuman kulkua ja lopuksi puretaan kaikki pois. Tapahtuman työntekijät vain tarkkailevat eteneekö kaikki suunnitellusti ja sujuvasti, pysytäänkö aikataulussa, puuttuvat mahdollisiin epäkohtiin ja tarpeen tullen muuttavat järjestelyjä (esim. ruuhkan aiheuttama viivytys). (Häyrinen & Vallo 2003, 184, 186.)

Goldblatt (1997, 32) jakaa tapahtumanjärjestämisprosessin viiteen osaan, ja määrittää samalla kuinka prosessi muodostaa ja mahdollistaa jatkuvan uuden oppimisen. (Kuvio 2.) Prosessin osa-alueet ovat *tutkimus, ideointi, suunnittelu, järjestäminen ja arviointi*. Tutkimuksen avulla muun muassa kohderyhmän määrittely helpottuu ja itse tapahtuma saadaan paremmin vastaamaan suunniteltua lopputulosta. Ideointia, suunnittelua ja järjestämistä onkin sivuttu jo aiemmin, mutta arvioinnista ja järjestämisprosessin jatkuvuudesta lisää seuraavassa.



Kuvio 2. Tapahtumanjärjestämisprosessi. (Goldblatt 1997, 32.)

3.4 Jälkimarkkinointi

Tapahtuman päättämiseen ja arviointiin liittyy olennaisesti jälkimarkkinointi, jonka tärkein osa-alue on palautteen kerääminen tapahtuman onnistumisesta - sekä omalta henkilökunnalta että tapahtumaan osallistuneilta. Jälkimarkkinointia voi olla myös materiaalin toimitus ja kiitoskortin tai giveawayn lähettäminen. Saatu palaute tulee analysoida ja siitä on otettava oppia. Palautteen kerääminen helpottaa myös seuraavan tapahtuman järjestämistä kun työ aloitetaan edellisen työprosessin opeista ja oivalluksista. Kun saadusta palautteesta otetaan aina kaikki hyöty irti, niin järjestämisprosessista muodostuu kehittävä oppimisprosessi, joka kartuttaa organisaation niin sanottua aineetonta pääomaa. (Häyrinen & Vallo 2003, 200.)

Aineettomalla pääomalla tarkoitetaan tässä yhteydessä hiljaista tietoa ja osaamista. Palautteen kerääminen ja sen analysointi on helppo ja nopeakin keino näiden ominaisuuksien kartuttamiseksi. Lisäksi tapahtuman järjestäminen on niin paljon aikaa, rahaa ja sitoutumista vaativa prosessi, että on syytäkin olla kiinnostunut sen onnistumisesta. (Häyrinen & Vallo 2003, 204.)

Kerättyä palautetta tulee verrata sekä tapahtumalle asetettuun realistiseen tavoitteeseen, että mielikuvallisiin tavoitteisiin. Kun vertailussa otetaan huomioon myös määrälliset ja laadulliset seikat, saadaan vastauksia seuraaviin tärkeisiin kysymyksiin: saavutettiin tapahtumalle asetetut tavoitteet? Mitä olisi voitu tehdä toisin? Missä onnistuttiin erityisen hyvin? Näin saadaan tietää miten asiakkaat kokivat tapahtuman. (Häyrinen & Vallo 2003, 203.)

Mielikuvan syntymisessä ja onnistuneessa tapahtumassa on pohjimmiltaan kyse siitä täyttikö tapahtuma asiakkaan odotukset vai ei. Onnistunut tapahtuma yksinkertaisuudessaan täyttää tai ylittää nämä odotukset. (Häyrinen & Vallo 2003, 203.)

Olennainen osa jälkimarkkinointia on myös asiakkaiden neuvonta ja säännöllinen viestintä heidän kanssaan, kuten kyselyt ja ehdotukset tuotteen tai palvelun käytön tehostamiseksi ja parantamiseksi. Entisistä asiakkaista huolehtiminen on myös todennäköisesti tuloksellisempaa ja edullisempaa kuin hankkia jatkuvasti uusia asiakkaita. (Rissanen 2006, 94.)

4 TAPAHTUMA PALVELUNA

Arkielämässämme käytämme joka päivä joitakin palveluja. Käytämme julkisia kulkuneuvoja, käymme tekemässä ostoksia tavarataloissa tai menemme elokuviin - olemme siis palvelujen tarjoajien asiakkaita, kuluttajia. Palveluja voidaan pitää aineettomina, mutta usein niihin liittyy jotakin tavaraa kuten esimerkiksi ravintolapalvelujen ruoat ja juomat ja autonvuokraamon vuokrattavat autot. (Ylikoski 1999, 17.) Palvelua ei kuitenkaan voi tehdä varastoon eikä säilyttää siellä, vaan hyvä palvelu luodaan yhdessä asiakkaan kanssa palvelutilanteessa (Rissanen 2006, 17).

Erilaisia palveluiden vaihdantatilanteita on päivittäin koko maapallolla lukumääräisesti useita miljardeja. Pääosa niistä on rutiininomaisia, huomaamattomia, paikalliseen kulttuuriin ja elämäntapaan kuuluvia luonnollisia osia (Rissanen 2006, 21).

Tapahtuma muistuttaa hyvin pitkälti palvelutuotetta - sitä ei voi varastoida, havainnollistaa etukäteen ja se on enemmän tai vähemmän aineeton. Tapahtumasta palvelutuotteena tekee hankalan se, että sen onnistumista ei voida täysin varmistaa etukäteen. Myös palveluajatteluun kuuluva ”asiakas” -termi on tapahtuman näkökulmasta hieman poikkeava, sillä tapahtumissa asiakkaat voivat olla esimerkiksi rock-konsertin yleisöä, kilpailun osanottajia tai messuvieraita. Asiakkaalle tapahtumasta jää ainoastaan mielikuva ja muistijälki, joiden perusteella hän muodostaa oman mielipiteensä tapahtuman, eli palvelun onnistumisesta. (Iiskola-Kesonen 2004, 16.)

Jos tapahtumaa tarkastellaan peruspalvelupakettina, voidaan siitä selkeästi erottaa ydinpalvelu, sekä sitä tukevat lisä- ja tukipalvelut. Kesäteatterissa palvelun ytimen muodostaa näytelmä, musiikkifestivaaleilla tietenkin musiikki ja kilpaurheilutapahtumassa urheilulaji ja paremmuudesta kilpaileminen, tai vaihtoehtoisesti urheilusuoritusten seuraaminen. (Iiskola-Kesonen 2004, 17.)

Palvelun ydin on se asia jonka vuoksi asiakas on ryhtynyt toimimaan löytääkseen ratkaisun johonkin tilanteeseen tai ongelmaan - hän hakee palvelua tai tuotetta joka vastaisi hänen tarpeisiinsa ja tarjoaisi ratkaisun. (Rissanen 2006, 21.) Tarve voi liittyä yhteenkuuluvuuteen tai henkilökohtaiseen kasvuun (itsensä toteuttaminen ja arvostaminen) tai olla jokin perustarpeista (nälkä, jano, turvallisuus) (Ylikoski 1999, 77).

Onnistuakseen tapahtuman on tarjottava asiakkailleen ydinpalvelun lisäksi muitakin toimintoja. Tapahtuman tukipalveluksi katsotaan esimerkiksi urheilutapahtuman ilmoittautuminen ja maksullisen tapahtuman lipunmyynti. Ilman tämän tyyppisiä tukipalveluja tapahtuman toteuttaminen olisi mahdotonta, siksi ne ovatkin pakollisia ja joissakin tapauksissa myös lakisääteisiä, kuten järjestyksenvalvonta anniskelutapahtumassa. (Iiskola-Kesonen 2004, 17.)

Tapahtumaan voidaan liittää myös lisäpalveluja, joilla voidaan antaa tapahtumalle lisäarvoa ja parantaa sen näytävyyttä. Tyypillisimpiä lisäpalveluja ovat ravintola- ja kahviopalvelut ja juontaminen. Juontaminen on erityisesti urheilu- ja liikuntatapahtumissa tehokas tunnelmannostattaja - liikunnanharrastajastakin tunne saapua suorituksen jälkeen maaliin on vielä hienempi juontajan hehkuttaessa ja kannustaessa viimeiseen asti yleisön hurratessa mukana. Siitä jos jostakin jää varmasti positiivinen mielikuva tapahtumasta. Myös musiikilla voidaan helposti nostattaa tunnelmaa ja parantaa osallistujien viihtyvyyttä. (Iiskola-Kesonen 2004, 17.)

Tarjottavien tuki- ja lisäpalveluiden luonne riippuu järjestävän organisaation tavoitteista, myös ydinpalvelun luonteella on oma vaikutuksensa asiaan - jos palvelun kohteena ovat ihmiset, on tukipalveluja yleensä enemmän. Tuki- ja lisäpalveluilla voidaan erottautua kilpailijoista ja luoda asiakkaille mielikuvaa palvelun käytön helppoudesta ja mukavuudesta. Juuri näiden palveluiden kehittämisessä ja ideoimisessa tulisi palveluorganisaation olla innovatiivinen ja pyrkiä tarjoamaan jotakin uutta ja erilaista. (Ylikoski 1999, 226.)

4.1 Tapahtuman laatu

Palvelun laatu ja asiakkaiden tyytyväisyys ovat asioita joihin todella kannattaa panostaa, sillä kun asiakkaat ovat tyytyväisiä he myös pysyvät asiakkaina. Sitä kautta tuottavuus ja toiminnan kannattavuus paranee ja organisaation kasvumahdollisuudet lisääntyvät. Asiakkaaseen on siis syytä kiinnittää huomiota, mutta samoin myös heitä palvelemaan henkilöstöön, sillä tyytyväinen henkilöstö palvelee paremmin. (Ylikoski 1999, 13.)

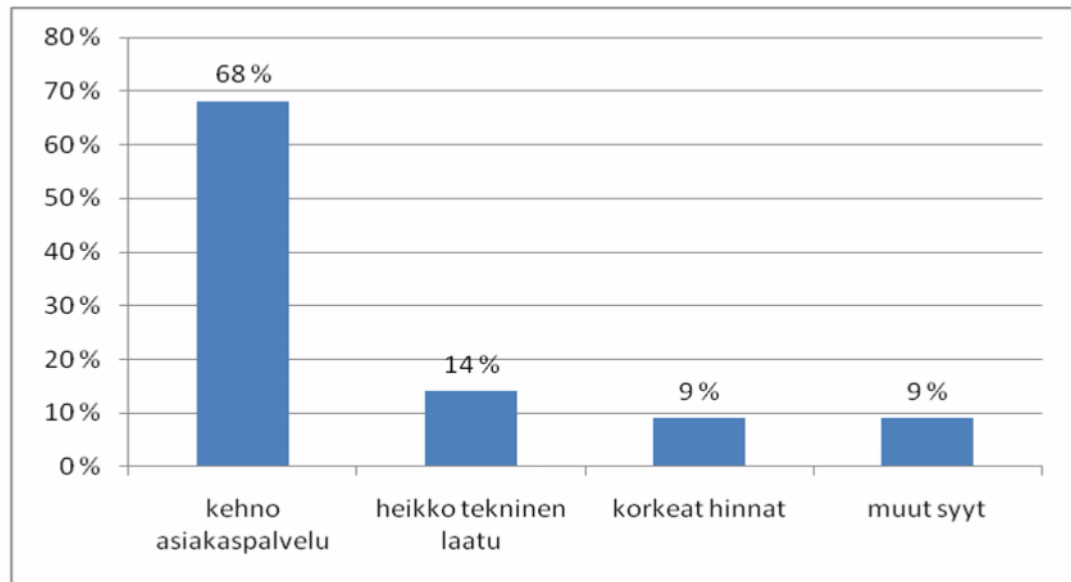
Luettelo palvelun laadun määrittävistä tekijöistä:

- Pätevyys ja ammattitaito
- Luotettavuus
- Uskottavuus
- Saavutettavuus
- Turvallisuus
- Kohteliaisuus
- Palvelualttius, palveluvaste
- Viestintä
- Asiakkaan tarpeiden tunnistaminen ja ymmärtäminen
- Palveluympäristö

(Rissanen 2006, 215.)

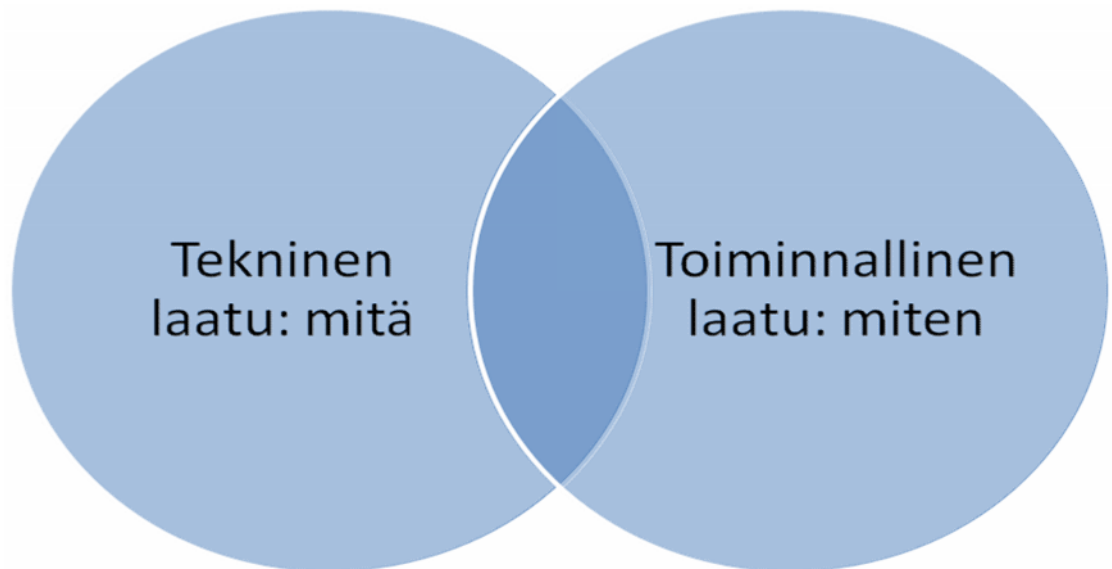
Hyvän ja laadukkaan palvelun määrittely on hankalaa, sillä sen huonouden tai hyvyyden päättää viime kädessä asiakas. Asiakkaan arvion perusteena toimii usein palvelukokemus - tilanteesta syntynyt tunne siihen liitettyinä palvelusuoritukselle asetetut odotukset ja käytännön havainnot. Palveluntuottajan kriteereinä palvelun onnistumisesta toimivat sen sijaan siihen käytetty panostus ja vaaditut voimavarat eli resurssit. (Rissanen 2006, 17.)

Palvelukokemuksen merkitys asiakkaalle on siis todella merkittävä, ja siinä epäonnistuminen voi johtaa asiakkaan menettämiseen. (Kuvio 3.)



Kuvio 3. Asiakasmenetysten syyt. (Rissanen 2006, 213.)

Tapahtuman laatua voidaan tarkastella kaksiulotteisesti. (Kuvio 4.) Tekninen laatu määrittelee mitä konkreettista osallistuja tapahtumasta saa, kuten esimerkiksi muistoesine tai ohjelmalehtinen. Toiminnallinen laatu sen sijaan sisältää osallistujan elämykset ja tavan jolla häntä palvellaan. Toiminnallisen laadun osallistuja määrittelee siis pitkälti vuorovaikutustilanteiden ja järjestävän organisaation toiminnan perusteella. (Iiskola-Kesonen 2004, 22.)



Kuvio 4. Laadun kaksi ulottuvuutta. (Iiskola-Kesonen 2004, 23.)

Lackman ja Verhelä tuovat laadun ulottuvuuksiin myös kolmannen osa-alueen, vuorovaikutuslaadun, joka syventää käsitystä asiakkaan ja henkilöstön välisen vuorovaikutuksen merkityksestä palvelun onnistumiseen. Lisäksi teknisen laadun he määrittelevät koskemaan kaikkia palvelun tuottamisessa tarvittavia teknisiä laitteita ja välineitä, toteutusympäristöä, rakennuksia, rakennelmia ja maisemia. (Lackman & Verhelä 2003, 41-42.)

Vuorovaikutuslaatuun vaikuttaa henkilöstön työmotivaatio, heidän käyttäytymisensä, kommunikointi asiakkaiden ja toistensa kanssa, asiakaspalveluattitus, ystävällisyys, pukeutuminen ja kielenkäyttö (Lackman & Verhelä 2003, 42). Kokonaislaatua voidaan pitää enintään yhtä hyvänä kuin mitä huonoimman osan laatu on. Palvelusta ja tapahtumasta tekee laadukkaan kaikkien laadun osa-alueiden hallinta ja tasapaino. (Lackman & Verhelä 2003, 41.)

Laatutekijöitä on hyvä miettiä jo tapahtumaa järjestettäessä, tekijöistä laatutason määrittelee asiakas. Palveluntuottajan, tässä tapauksessa tapahtumanjärjestäjän, on mietittävä riittääkö sen hetkinen taso palvelemaan asiakasta. Huippulaadun tavoittelu ei kaikissa tapauksissa ole edes järkevää, sillä se voi vaatia suuriakin panostuksia laadun tekniseen puoleen. Tason korottaminen on helpompaa ja vähemmän kustannuksia vaativaa vaikuttamalla laadun toiminnalliseen ja vuorovaikutukselliseen ulottuvuuteen - siten investoinnit ovat lähinnä henkisiä, esimerkkinä henkilöstön sitouttaminen ja riittävä perehdytys. (Lackman & Verhelä 2003, 46.)

4.2 Onnistuneen tapahtuman tunnuspiirteitä

Kun asiakkaan tyytyväisyyteen halutaan vaikuttaa, on palvelun tarjoajan etsittävä tarjottavasta palvelusta konkreettiset ja abstraktiset ominaisuudet jotka tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyden tuntemuksia, ja pyrittävä vaikuttamaan niihin (Ylikoski 1999, 152).

Asiakkaan tyytyväisyyteen ja sitä kautta tapahtuman onnistumiseen vaikuttavat sisällön ohella monet muutkin tekijät. Saavutettavuus ja sen helppous ovat merkittäviä seikkoja joihin vaikuttavat tapahtuman järjestämisaikakohta, kellonaika, tapahtumapaikka, liikenneyhteydet ja parkkipaikkojen riittävyys ja läheisyys. Saavutettavuus on muistettava myös tapahtuman aikana - riittävästä opastuksesta on huolehdittava myös silloin jotta osallistujan on helppo toimia tapahtumassa. (Iiskola-Kesonen 2004, 20.)

Tapahtuman toteutus- ja palveluympäristön merkitys voi olla asiakkaalle suuri, sillä ne luovat miellyttävyyteen, jännitykseen ja rentoutumiseen liittyviä tunteita. Erityisesti vapaa-ajan palveluiden kohdalla ympäristö lisää palvelun kiinnostavuutta ja vaikuttaa haluun käyttää palvelua uudelleen ja suositella sitä muille. (Ylikoski 1999, 235.)

Muita palvelun osa-alueita joita asiakas palvelun laadukkuutta arvioidessaan huomioi, ovat luotettavuus, uskottavuus ja turvallisuus - asiakkaalle on siis tärkeää että palvelusuoritus on johdonmukainen ja virheetön. Lisäksi organisaation on ajettava rehellisesti asiakkaan etua, hänen tarpeensa on ymmärrettävä ja kysymyksiin osattava vastata. Oma merkityksensä on myös sillä että asiakas voi tuntea olonsa turvalliseksi, palveluun ei siis saa liittyä fyysisiä tai taloudellisia riskejä. (Ylikoski 1999, 127-129.)

Vaikka kaikki laadun ulottuvuudet olisivat kunnossa, ei se takaa sitä että tapahtuma olisi osallistujan mielestä onnistunut. Näkemystä tapahtumasta muokkaavat voimakkaasti sille asetetut odotukset - jos tapahtuma pystyy täyttämään ja vastaamaan näihin asiakkaan asettamiin odotuksiin, voidaan tapahtuman laatua pitää hyvänä ja tapahtumakokonaisuutta onnistuneena. (Iiskola-Kesonen 2004, 23.)

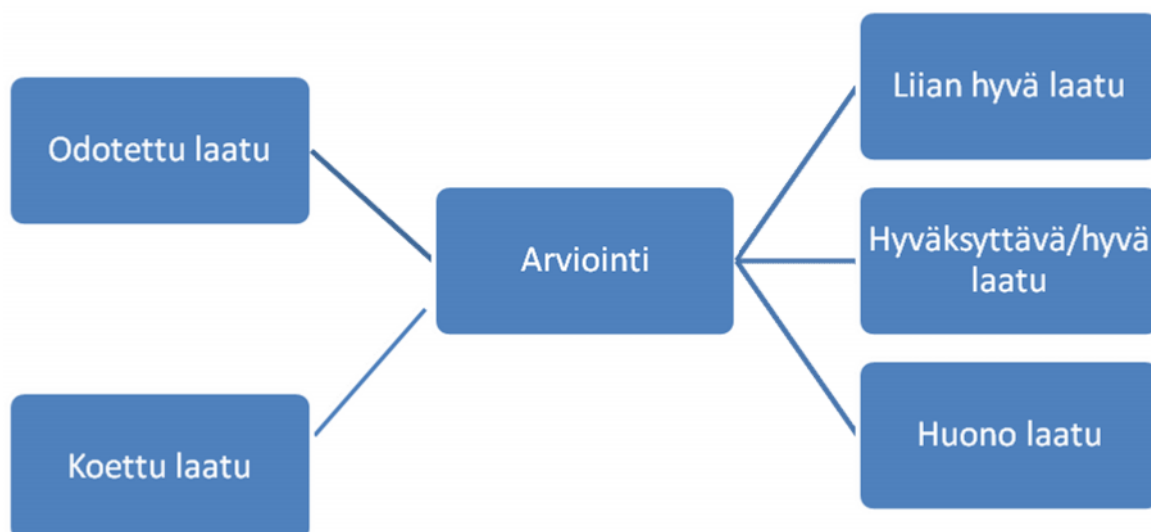
Tapahtuman ja järjestävän organisaation maineella on oma merkityksensä osallistujan muodostaessa mielipidettään tapahtuman onnistumisesta. Maineessa on kyse siitä mitä jostakin sanotaan ja kerrotaan ja se muodostuu henkilökohtaisten kohtaamisten lisäksi myös kuulopuheiden ja muiden viestien perusteella. (Iiskola-Kesonen 2004, 21, 22.)

Eniten mielikuviin, ja sitä kautta maineeseen vaikuttavia hetkiä ovat niin sanotut totuuden hetket, jolloin sidosryhmät ja asiakkaat kohdataan silmästä silmään - tapahtumat ovat tyypiesimerkki tällaisesta totuuden hetkestä jolloin mielikuvia syntyy. Epäonnistuneen kohtaamisen synnyttämät mielikuvat vaikuttavat asiakkaan mielessä negatiivisesti asiakkaan käsitykseen tapahtuman onnistumisesta, ja muihinkin organisaation lähettämiin viesteihin, ja maine kärsii. (Häyrinen & Vallo 2003, 39-40.)

Totuuden hetkellä osallistujan mielipide muodostuu nopeasti, ja epäonnistunut kohtaaminen on vaikea korjata, siksi nämä hetket ovat järjestäjän kannalta erittäin tärkeitä. Yleensä tapahtumayleisö kohtaa ensimmäiseksi tapahtumapaikalle tullessaan liikenteenohjaajia, lipunmyyjiä tai järjestysmiehiä. Kaikki nämä työntekijät tulisi pyrkiä sitouttamaan yhteisiin tavoitteisiin, ja perehdyttää heidät hyvin jotta he tiedostaisivat käyttäytymisensä vaikutukset asiakkaaseen, ja osaisivat vastata osallistujien kysymyksiin. Ensivaikutelmalla on suuri rooli mielikuvan ja tapahtuman laadun ja maineen muodostumisessa. (Iiskola-Kesonen 2004, 23.)

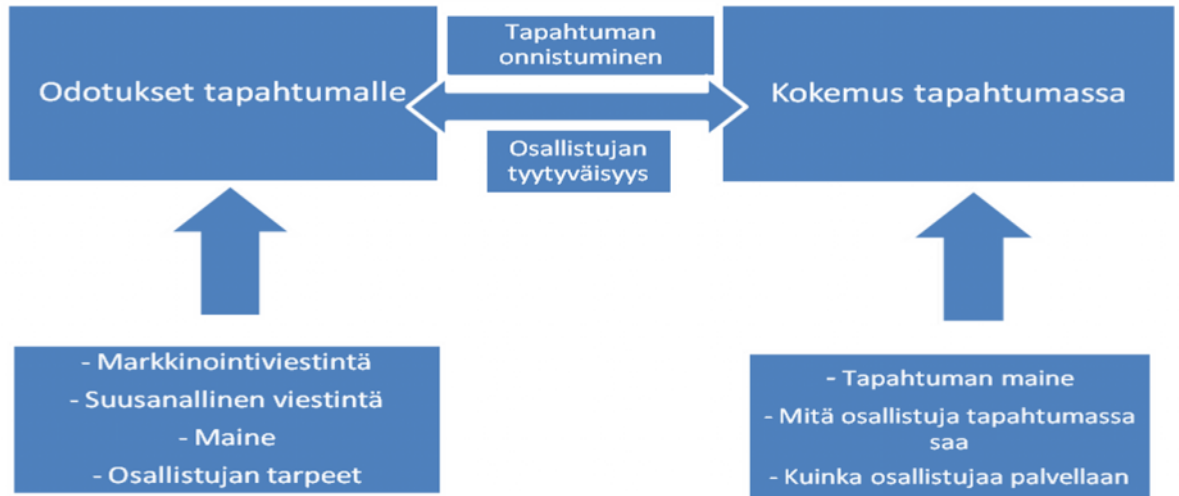
Jos tapahtuman ja järjestävän organisaation maine on hyvä ja asiakkaan ennako-odotukset tapahtumasta täyttyvät, maine vahvistuu entisestään ja asiakas on taatusti tyytyväinen. Maine voi toimia myös ikään kuin suodattimena jonka läpi asiakas tapahtumaa tarkastelee - hyvä maine voi olla perusteena antaa anteeksi pienet virheet, kun taas huono maine voi sen sijaan turhaankin paisuttaa pieniä epäkohtia. Lisäksi organisaation hyvä maine voi saada mahdolliset uudet osallistajat kiinnostumaan tapahtumaan liittyvästä viestinnästä. (Iiskola-Kesonen 2004, 21.)

Asiakkaan arvioidessa tapahtuman laatua, on maineen muodostavilla odotuksilla siis suuri merkitys. Odotuksia voidaan ajatella peilinä, johon asiakas peilaa palvelukokemustaan. Vertaillen kokemuksiaan ja odotuksiaan hän muodostaa käsityksensä palvelun laadukkuudesta. (Kuvio 5.) Odotuksia muokkaavat asiakkaan henkilökohtaiset tarpeet, palvelun hinta, kokemukset sekä järjestävästä että kilpailevista organisaatioista, muiden ihmisten suositukset ja moitteet, tilannetekijät kuten kiire ja mainonnassa annetut lupaukset. (Ylikoski 1999, 120, 124.)



Kuvio 5. Laadun arviointi odotusten ja kokemusten vertailuna. (Ylikoski 1999, 121.)

Tapahtumaan liittyvällä viestinnällä voidaan ainakin osittain vaikuttaa odotusten muodostumiseen. Markkinointiviestinnässä on pidettävä huoli että se ei luo osallistujalle epärealistisia odotuksia tapahtumaa kohtaan. Jos näin käy osallistuja pettyy varmasti, maine kärsii ja siten vaikutukset ovat kauaskantoiset. Viestinnän tulee olla siis suunniteltua ja mieluummin liian maltillista kuin yliampuvaa - siten odotukset eivät pääse kasvamaan liian suuriksi. (Iiskola-Kesonen 2004, 24-25.)



Kuvio 6. Osallistujan tyytyväisyys tapahtumassa. (Iiskola-Kesonen 2004, 24.)

Onnistuneen tapahtuman määrittelee siis viime kädessä asiakas, ja tähän määrittelyyn vaikuttavat asiakkaan ennakko-odotukset sekä kokemukset itse tapahtumassa. (Kuvio 6.) Ennakko-odotuksiin ja kokemuksiin voi järjestävä organisaatio kuitenkin ainakin osittain vaikuttaa oikeanlaisella viestinnällä ja panostamalla asiakaspalveluun - tapahtuman työntekijöillä on suuri vastuu. On myös asioita joihin ei voida vaikuttaa, kuten osallistujan henkilökohtaiset tarpeet ja aiemmin muodostuneet mielikuvat tapahtumasta tai järjestäjästä.

5 VUOKATTI MTB JA TOUR DE SAPSO

Vuokatti MTB ja Tour de Sapso järjestettiin 6.6.2009 Vuokatissa ensimmäistä kertaa. Tapahtumien järjestelyistä vastasi Kainuun Liikunta ry joka rekrytoi tarvittavan talkoohenkilöstön, markkinoi tapahtumia, kantoi vastuun taloudesta ja huolehti myös tapahtumien aikaisen kisakanslian toiminnasta. Talkoolaisia oli töissä yhteensä 55 henkilöä useasta paikallisesta yhdistyksestä mukaan lukien Lions Club Sotkamo-Vuokatti, Vuokatin Latu Ry, Eläkeliiton Sotkamon yhdistys, Tipasojan kyläyhdistys, KMK ry sekä väkeä Sotkamon kunnan teknisestä toimesta. Lisäksi Kainuun Liikunnan omia työntekijöitä oli töissä yhteensä kymmenen. (Takalo, T. 2009b.)

Tapahtumat oli luontaista järjestää Vuokatissa, sillä vuonna 2007 Vuokatinvaaralla ajettiin Maratoncupin osakilpailu ja reitit ja maastot saivat jo silloin myönteistä palautetta. Vuokatti MTB 2009 ajettiin osittain samalla reitillä kuin vuoden 2007 osakilpailu. (Takalo, T. 2009a.) Kainuun Liikunta ry:n ja Sotkamon kunnan yhteistyö on jatkunut menestyksekkäästi jo pitkään ja Urheiluopiston ympäristön tarjotessa erinomaiset puitteet tapahtuman järjestämiselle, olisi niiden hyödyntämättä jättäminen järjetöntä.

Pyöräilytapahtumat haluttiin järjestää sekä Kainuun ja Vuokatin liikuntamatkailun lisäämiseksi, että Vuokatin pyöräilyreittien kehittämisen edistämiseksi. Kainuun liikunta ry järjestää tapahtumia aina hiihdosta ja juoksusta soutuun ja vaellukseen, mutta pyöräilytapahtuma on valikoimasta puuttunut, joten myös se loi tarvetta pyöräilyyn keskittyneen tapahtuman kehittämiseksi. (Takalo, T. 2009a.) Kainuun Liikunnan tapahtumapäällikön Teemu Takalon (2009b) mukaan tapahtumasta on tarkoitus tehdä pysyvä ja pitkällä aikavälillä myös järjestävälle taholle taloudellista hyötyä tuottava.

Vuokatti MTB:ssä ja Tour de Sapsossa oli yhteensä neljä reittivaihtoehtoa: 26 km ja 52 km Vuokatinvaaroilla pääosin latupohjia pitkin, sekä 31 km ja 46 km Sotkamon maanteilla ja pienemmillä sorateilla. Tapahtumissa oli siis hyvin valinnanvaraa kaikenkuntoisille ja -ikäisille osallistujille. Tapahtumista Vuokatti MTB oli reittisuunnittelun perusteella selkeästi suunnattu enemmän maastopyöräilijöille ja Tour de Sapso sen sijaan maantie- ja retkipyöräilystä kiinnostuneille. Tapahtumat keräsivät yhteensä 210 innokasta pyöräilyn harrastajaa.

Muut pyöräilytapahtumat

Vuoden 2009 kevään, kesän ja syksyn aikana Suomessa järjestettiin 126 eri luontoista pyöräilytapahtumaa aina endurosta ja maastopyöräilystä alamäkiajoon ja kuntopyöräilyyn (Fillari-lehti 2009). Lajin tunnettuuden lisääntymisen myötä harrastajia ja lajiin keskittyneitä tapahtumia on yhä enemmän. Tänä vuonna järjestetyistä pyöräilytapahtumista merkittävimpinä mainittakoon 27.6.2009 Nilsiässä järjestetty Tahko MTB (lähes 1500 osallistujaa), 6.9.2009 pyöräily Tour de Helsinki (1245 osallistujaa), Vöyri-Maksamaalla ajettu Botnia -pyöräily (1225 osallistujaa), 23.8.2009 Hollolassa pyöräily Finlandia -maastopyöräily (noin 500 osallistujaa) sekä 15.8.2009 Kangasalla järjestetty Sappee MTB Maraton (121 osallistujaa). (Tahko MTB 2009, Velocitor Oy 2009, Botnia -pyöräily 2009, TWD-Länken 2009, Sappee-MTB 2009.)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä luvussa tarkastellaan tutkimuksen toteuttamisprosessia - kuinka tutkimusongelma asetettiin, mitä tiedonkeruu- ja tutkimusmenetelmää käytettiin ja kuinka kyselylomake laadittiin.

6.1 Tutkimusongelma

Tutkimukseni tarkoituksena oli kerätyn asiakaspalautteen avulla selvittää tapahtumiin osallistuneiden henkilöiden kokemuksia itse tapahtuman ja sen eri osa-alueiden onnistumisesta - miten he kokivat tapahtumat, mitä järjestelyissä olisi voitu tehdä toisin, missä onnistuttiin ja missä epäonnistuttiin. Tavoitteenani oli antaa perusteltuja, kerättyyn palautteeseen pohjaavia kehittämissuhteita, jotta tapahtumasta voitaisiin tehdä tulevaisuudessa vieläkin parempi.

6.2 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista, toiselta nimeltään tilastollista tutkimusmenetelmää. Menetelmä valittiin koska osallistuneilta haluttiin selvittää heidän kokemuksiaan tapahtumasta, joita selvitetään kysymällä objektiivisesti todettavia tosiasioita joita kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä sen sijaan mittaa. Menetelmä pohjaa filosofiseen suuntaukseen, joka korostaa käsitystä siitä että kaikki tieto on peräisin suorasta aistihavainnosta ja loogisesta päättelystä. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2000, 129.) Lisäksi tutkimusmenetelmän valintaa tuki se, että kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä mahdollistaa vastausten analysoinnin tilastollisin menetelmin.

Menetelmälle ominaista on se, että asioiden kuvaamisessa käytetään numeraalisia suureita ja havainnollistamisessa hyödynnetään taulukoita ja kuvioita. Lisäksi menetelmä sopii erityisesti käytettäväksi silloin kun tutkimuksella pyritään toiminnan kehittämiseen ja vaihtoehtojen etsimiseen. (Heikkilä 2008, 16.)

Lisäksi tutkimuksessa käytettiin myös kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, jota käytettiin kyselylomakkeen avoin palaute -kohdan kirjallisen palautteen ja kehitysideoiden tarkastelemiseen. Avoin palaute käsitellään muiden tutkimustulosten yhteydessä.

6.3 Aineiston kerääminen ja kyselylomakkeen laadinta

Tutkimuksessa käytetty aineisto kerättiin kyselylomakkeen avulla Webropol -raportointityökalua hyödyntäen. Sähköinen kyselylomake lähetettiin ilmoittautumisen yhteydessä sähköpostiosoitteensa antaneille kaksi päivää tapahtuman jälkeen. Kyselylomake löytyy liitteenä opinnäytetyön lopusta. (Liite 2.)

Tiedonkeruumenetelmän valintaa tuki järjestävän tahon kokemus siitä, että palautetta saa huomattavasti enemmän kun kyselylomake lähetetään osallistujille jälkeinpäin paikan päällä suoritettavan kyselyn sijasta. Lisäksi näin vastaajat ehtivät ”sulatella” kokemustaan ja paneutuvat vastaamiseen paremmin sen sijaan että täyttäsivät lomakkeen tapahtuman aikana. Kyselylomake lähetettiin yhteensä 175 tapahtumaan osallistuneelle, joista 127 vastasi kyselyyn. Tapahtuman kokonaisosallistujamäärä oli 210 henkilöä.

Tämän tutkimuksen kyselylomake laadittiin yhteistyössä Kainuun Liikunnan tapahtumapäällikön Teemu Takalon kanssa ja lähetettiin osallistuneille 8.6.2009, kaksi päivää tapahtuman ajankohdan jälkeen.

6.4 Kyselytutkimus

Kyselytutkimus on yksi monista aineistonkeruutavoista. Ominaista tälle aineistonkeruumenetelmälle on tiedon kerääminen tietystä perusjoukosta muodostuvasta otoksesta tai näytteestä. Kyselytutkimuksessa kyselyyn sisältyvät kysymykset esitetään jokaiselle vastaajalle täsmälleen samalla tavalla. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2000, 180.)

Suunnitelmallista kysely- tai haastattelututkimusta nimitetään survey –tutkimukseksi. Se on tehokas ja taloudellinen tapa kerätä tietoa silloin, kun tutkittavia on paljon. (Heikkilä 2008, 19).

Kyselytutkimuksen etuna pidetään yleisen käsityksen mukaan sitä, että sen avulla on mahdollista saada laaja tutkimusaineisto sekä mahdollisuus monien eri asioiden kysymiseen. Lisäksi se on aikaa säästävää menetelmää, sillä kerätyn aineiston käsittely ja analysointi helpottuu huomattavasti, kun työ voidaan tehdä tietokoneella - edellyttäen että kyselylomake on huolellisesti suunniteltu. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2000, 182.)

Kyselytutkimukseen liittyy myös heikkouksia. Joskus voi käydä niin, ettei voida tietää kuinka hyvin vastaaja on perillä kysymysten aihealueesta tai asiasta. Myös se kuinka onnistuneina vastaaja pitää kysymysten vastausvaihtoehtoja voi jäädä hämäränpeittoon - väärinymmärrysten kontrollointi on siis erittäin vaikeaa. Lisäksi on mahdotonta tietää kuinka vakavasti vastaaja suhtautui kyselylomakkeen täyttämiseen. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2000, 182.)

6.5 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimuksen *reliabiliteetilla* tarkoitetaan tulosten luotettavuutta ja tarkkuutta, sitä etteivät tutkimuksen tulokset ole sattumanvaraisia (Heikkilä 2008, 30). Reliabiliteetti voidaan todeta usein eri tavoin, esimerkiksi kahden arvioijan päätyessä samaan lopputulokseen voidaan tutkimusta pitää reliaabelina. Samoin jos eri tutkimuskerrat samaa henkilöä tutkittaessa antavat saman tuloksen, on reliaabelius saavutettu. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2000, 213.)

Validiteetti sen sijaan ilmaisee tutkimuksen pätevyyttä - mittaako tutkimus juuri niitä asioita joita oli tarkoitus selvittää. Lyhyesti tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan systemaattisen virheen puuttumista. Perusjoukon tarkka määrittely, riittävä otoskoko, hyvä kyselylomake ja korkea vastausprosentti edistävät tutkimuksen validiteettia. (Heikkilä 2008, 29-30.)

Mielestäni tutkimusta voidaan pitää sekä reliabiliteetiltaan että validiteetiltaan niiden ehdot täyttävinä. Tapahtumaan osallistui yhteensä 210 henkilöä, kysely lähetettiin 175 osallistujalle ja 127 vastasi kyselyyn - otos oli siis 60,5 % kaikista tapahtumaan osallistuneista. Lisäksi perusjoukko oli tarkasti määritelty ja lomake suunniteltu keräämään juuri niitä tietoja, joita tarvitsisin kehittämissuositusten antamiseen.

Tutkimuksen avulla saatiin tapahtumaan osallistuneilta kerättyä laajalti tietoa muun muassa tapahtuman järjestelyiden onnistumisesta, tapahtuman laadusta sekä siitä mikä onnistui erityisen hyvin ja niistä asioista, joissa kävijät näkivät vielä parantamisen varaa. Kyselylomakkeen yhdellä avoimella kysymyksellä saatiin myös hyvin palautetta - kehittämisehdotuksia, uusia ideoita ja erityisesti osallistujien henkilökohtaisen kokemuksen värittämiä mielikuvia tapahtumasta.

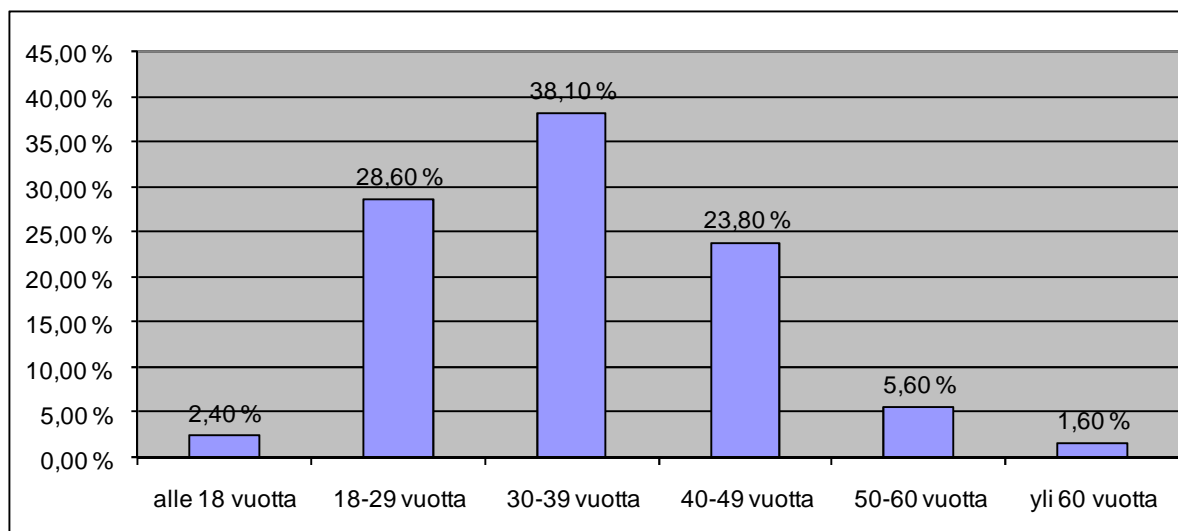
7 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa käydään läpi kyselyn avulla kerätty asiakaspalaute, jonka tuloksia havainnollistetaan kuvioiden avulla. Kuviotyyppeinä käytetään pylväs- sekä sektoridiagrammeja, joiden frekvenssit ilmoitetaan prosentteina. Kunkin kysymyksen kohdalla käsitellään myös sen kysymyksen aihealuetta koskeva avoin palaute, joka löytyy kokonaisuudessaan työn lopusta. (Liite 1.)

Sukupuoli ja ikä

Kyselyyn vastasi yhteensä 97 miestä ja 29 naista. Täten noin kolme neljästä kyselyyn vastanneesta oli miehiä (77 %) ja noin neljäsosa naisia (23 %).

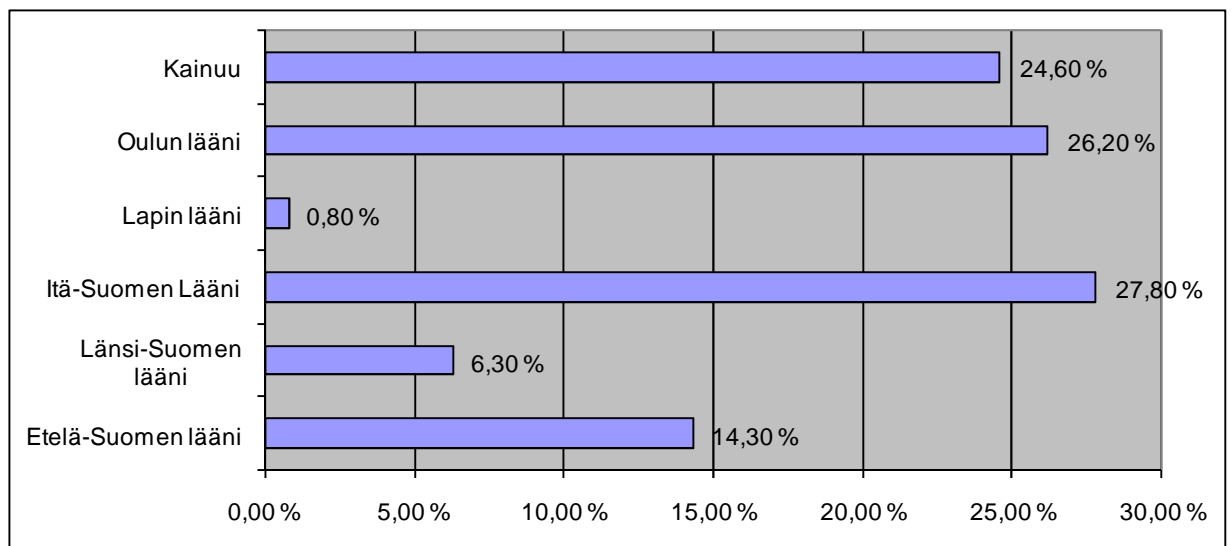
Tapahtumien kohderyhmien kartoittamiseksi heiltä tiedusteltiin myös ikää. Eniten osallistujissa oli 30-39 -vuotiaita (38,1 %), kun taas 18-29 -vuotiaita (28,6 %) ja 40-49 -vuotiaita (23,8 %) oli suunnilleen saman verran. Vain pieni osa vastaajista kuului ikäryhmiin alle 18 vuotta (2,4 %), 50-60 -vuotta (5,6 %) ja yli 60 vuotta (1,6 %). (Kuvio 7.)



Kuvio 7. Vastaajien ikäjakauma (n=126)

Asuinpaikka

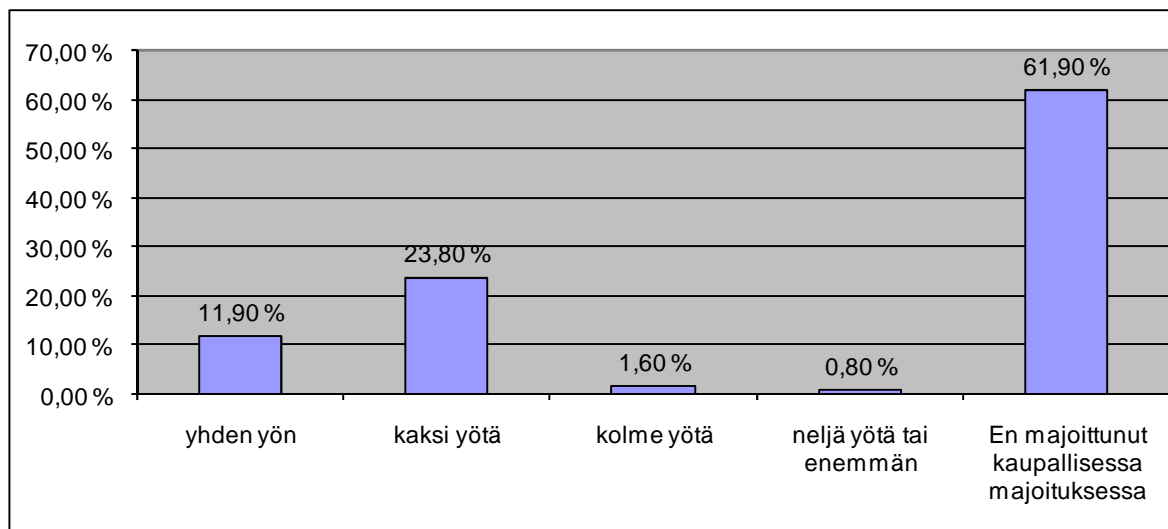
Osallistujilta tiedusteltiin heidän asuinmaakuntaansa luokittelemalla asuinpaikat kuuteen eri luokkaan: Kainuu, Oulun lääni, Lapin lääni, Itä-Suomen lääni, Länsi-Suomen lääni ja Etelä-Suomen lääni. Vastaajien asuinpaikassa oli hajontaa: eniten osallistujia oli Itä-Suomesta (27,80 %), kun taas Oulun läänistä (26,20 %) ja Kainuusta (24,60 %) kotoisin oli lähes saman verran osallistujia. Lapissa, Länsi-Suomessa ja Etelä-Suomessa asuvien määrä oli vähäinen, yhteensä heitä oli kaikkiaan 21,40 % kaikista vastanneista. (Kuvio 8.)



Kuvio 8. Vastaajien asuinpaikka (n=126)

Majoittuminen tapahtumien aikana

Osallistujilta tiedusteltiin heidän majoittumistaan kaupallisessa majoituksessa Vuokatissa tai muualla Kainuussa tapahtumien aikana. Suurin osa vastaajista (61,90 %) ei majoittunut lainkaan kaupallisessa majoituksessa. Noin neljännes vastanneista (23,80 %) vietti kaksi yötä kaupallisessa majoituksessa ja 11,90 % yhden yön. (Kuvio 9.) Vuokatti MTB ja Tour de Sapso lisäsivät Vuokatin ja muun Kainuun majoittumista yhteensä siis 85 majoittumisvuorokaudella.

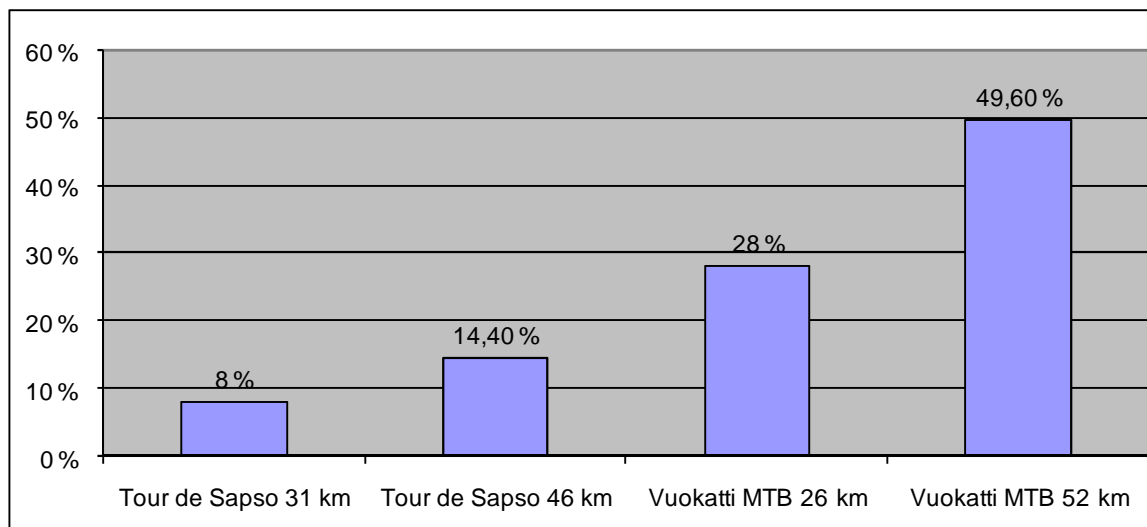


Kuvio 9. Vastaajien yöpyminen kaupallisessa majoituksessa tapahtumien aikana (n=126)

Osallistujien pyöräilymatkat

Osallistujilta tiedusteltiin matkaa, jolle he osallistuivat. Kaksi vastaajaa jätti vastaamatta kysymykseen.

Selkeästi suosituin pyöräilymatka oli Vuokatti MTB 52 km, jolle osallistui lähes puolet vastanneista (49,60 %). Seuraavaksi eniten osallistujia keräsi Vuokatti MTB 26 km, jolle osallistui lähes kolmannes vastaajista (28 %). Tour de Sapson pidemmälle 46 kilometrin matkalle osallistui kaikista vastanneista 18 pyöräilijää (14,40 %), ja lyhyemmälle 31 kilometrin matkalle 10 pyöräilijää (8 %). (Kuvio 10.)

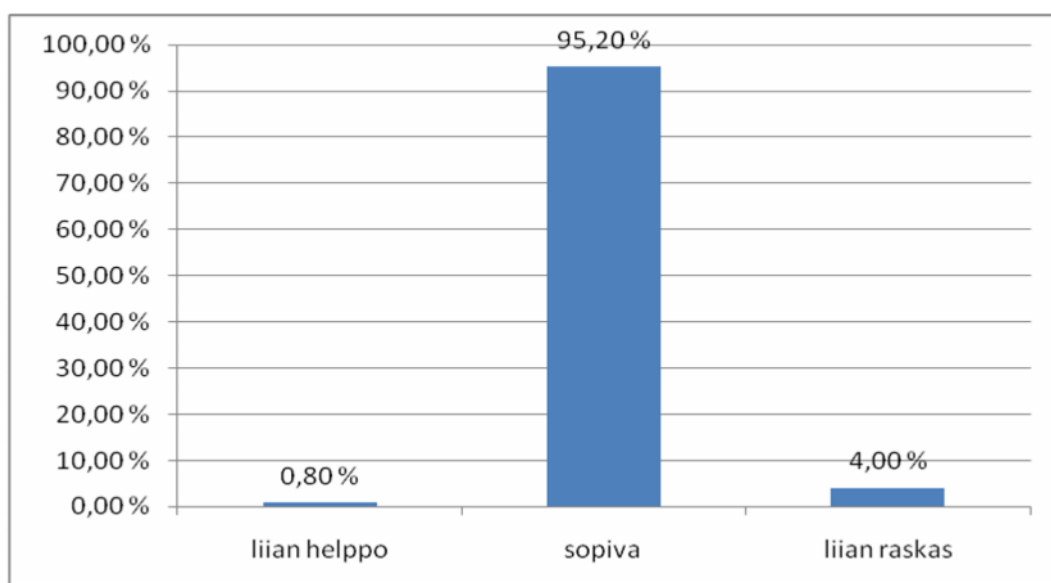


Kuvio 10. Vastaajien pyöräilymatkat (n=125)

Reitin fyysisyys

Osallistujilta tiedusteltiin kokivatko he ajamansa reitin fyysisesti liian helpoksi, sopivaksi vai liian raskaaksi. Kaksi kyselyyn vastannutta jätti vastaamatta kysymyksen.

95,20 % kysymykseen vastanneista oli sitä mieltä että heidän ajamansa reitti oli fyysisesti sopivan haastava. Vain 4 % vastanneista oli sitä mieltä että reitti oli liian raskas ja vain yhden vastaajan (0,80 %) mielestä reitti oli liian helppo. (Kuvio 11.)



Kuvio 11. Reitin fyysisyys (n=125)

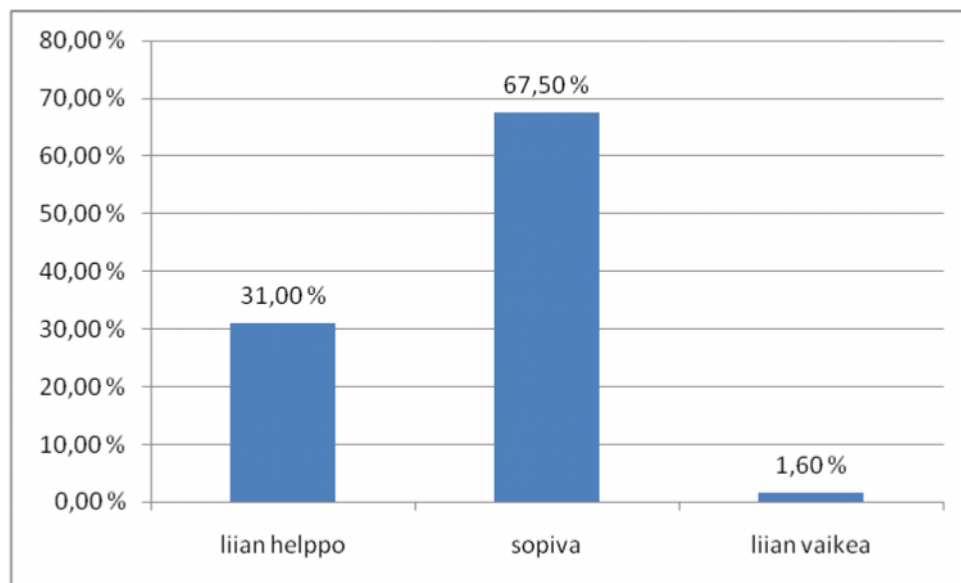
Avoimessa palautteessa monet kiittelivät reittien fyysisyyttä. Lisäksi, kun 95,20 % vastaajista ilmoitti pitäneensä reittiä fyysisesti sopivana, voidaan reittisuunnittelua pitää fyysisyyden kannalta onnistuneena. Jotkin palautteen antajat toivoivat jopa pidempiä reittivaihtoehtoja.

Reitin teknisyyden

Osallistujilta tiedusteltiin myös reitin teknisyyttä.

Reilusti yli puolet vastanneista (67,50 %) oli sitä mieltä että heidän ajamansa reitti oli teknisesti sopivan haastava - vastaajista kolmannes (31 %) oli kuitenkin sitä mieltä että reitti oli teknisesti liian helppo. Teknisesti liian vaikeaksi reitin koki kaksi vastaajaa (1,60 %).

(Kuvio 12.)



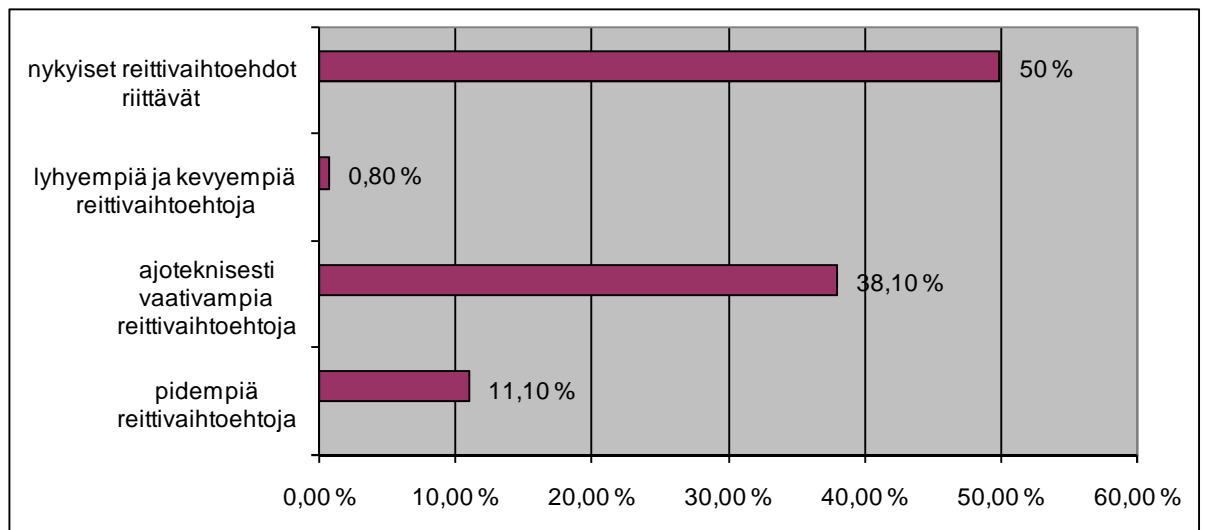
Kuvio 12. Reitin teknisyyden (n=126)

Avoimessa palautteessa reitin teknisyyden keräsi sekä positiivista että negatiivista palautetta. Suurin osa oli teknisyyden tyytyväinen, mutta kuten tuloksistakin käy ilmi, kolmannes vastanneista (31 %) piti reittiä teknisesti liian helppona. Monet kaipaavat reittiin enemmän teknisyyttä muun muassa polkujen muodossa.

Reitit tulevaisuudessa

Osallistujilta tiedusteltiin heidän näkemyksiään siitä, millaisia pyöräiltävien reittien tulisi tulevaisuudessa olla. Vaihtoehdot olivat: pidempiä reittivaihtoehtoja, ajoteknisesti vaativampia reittivaihtoehtoja, lyhyempiä ja kevyempiä reittivaihtoehtoja ja nykyiset vaihtoehdot riittävät.

Vastaajista 63 (50 %) koki nykyiset reittivaihtoehdot riittäviksi myös tulevaisuudessa, mutta 38,10 % halusi tapahtumiin ajoteknisesti vaativampia reittivaihtoehtoja. Vastaajista viidennes (11,10 %) kaipasi pidempiä reittivaihtoehtoja ja vain yhden vastaajan (0,80 %) mielestä tarjolla pitäisi olla lyhyempiä ja kevyempiä reittivaihtoehtoja. (Kuvio 13.)

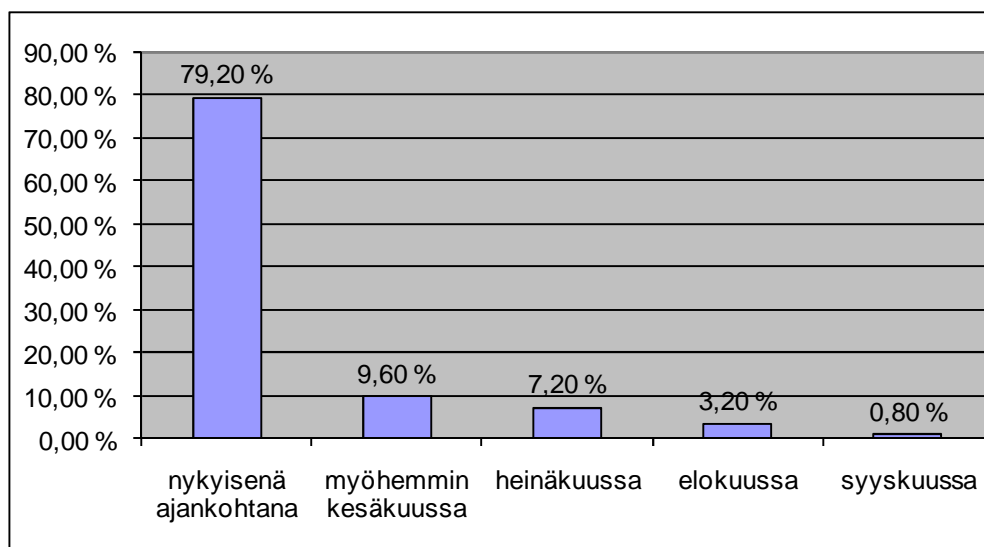


Kuvio 13. Reitit tulevaisuudessa (n=126)

Tapahtumien ajankohta

Yhdellä kysymyksellä kartoitettiin myös vastanneiden mielipidettä tapahtumien ajankohdasta. Kaksi vastaajaa jätti vastaamatta kysymykseen.

Suurin osa vastaajista (79,20 %) oli sitä mieltä, että tapahtumat tulisi jatkossakin järjestää nykyisenä ajankohtana. Noin kymmenen prosentin (9,60 %) mielestä tapahtumat tulisi järjestää myöhemmin kesäkuussa, kun lähes saman verran (7,20 %) ilmoitti että ajankohta heinäkuussa olisi parempi. Vain neljä vastaajaa (3,20 %) haluaisi nähdä tapahtumat järjestettävän elokuussa, ja vain yksi vastaaja (0,80 %) syyskuussa. (Kuvio 14.)

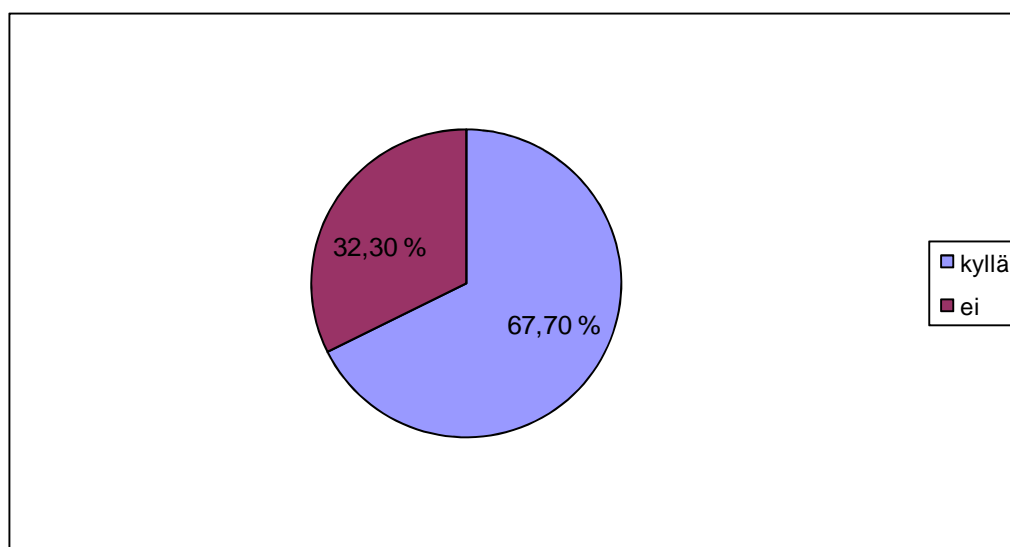


Kuvio 14. Tapahtumien ajankohta (n=125)

Osallistuminen muihin pyöräilytapahtumiin

Yhdellä kysymyksellä haluttiin kartoittaa vastaajien osallistumista muihin pyöräilytapahtumiin kesän aikana.

Lähes 70 % vastaajista kertoi osallistuvansa kesän aikana myös muihin pyöräilytapahtumiin, kun taas reilut 30 % ilmoitti ettei osallistu muihin pyöräilytapahtumiin kesän aikana. (Kuvio 15.)

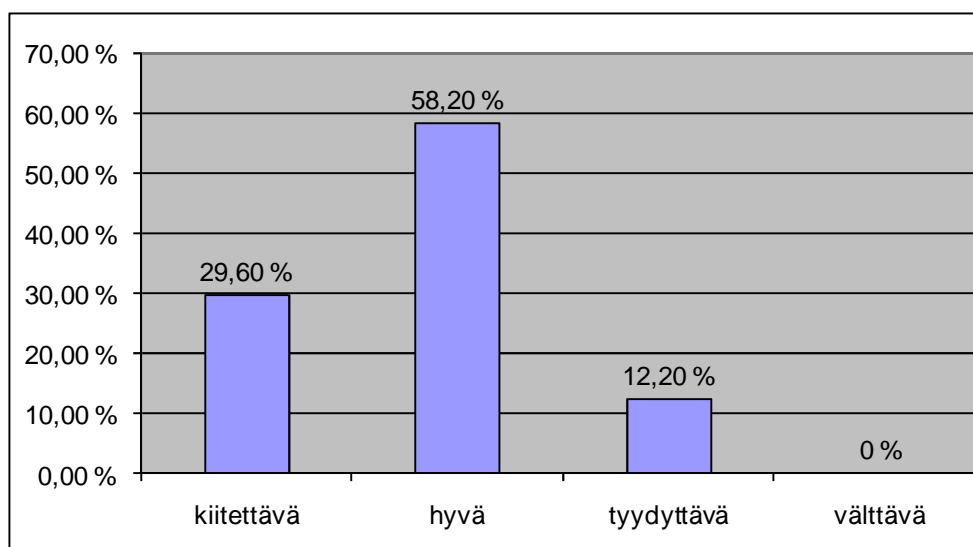


Kuvio 15. Osallistuminen muihin pyöräilytapahtumiin (n=127)

Vuokatti MTB:n ja Tour de Sapson järjestelyiden onnistuminen

Yhdellä kysymyksellä selvitettiin muihin pyöräilytapahtumiin osallistuneiden vastaajien mielipidettä Vuokatti MTB:n ja Tour de Sapson järjestelyiden onnistumisesta verrattuna niihin. Kysymys kuului: ”Jos olet osallistunut muihin pyöräilytapahtumiin, niin mitä pidit Vuokatti MTB ja Tour de Sapson järjestelyistä suhteessa niihin?” Kysymykseen vastasi 98 vastaajaa.

Lähes 60 % vastaajista piti Vuokatti MTB:n ja Tour de Sapson järjestelyjä hyvinä verrattuna muihin pyöräilytapahtumiin, kun taas melkein 30 % (29,60 %) antoi järjestelyille kiitettävän arvosanan. Yksikään vastaajista ei pitänyt järjestelyjä välttävinä, mutta 12,20 % piti niitä tyydyttävinä. (Kuvio 16.)



Kuvio 16. Järjestelyiden onnistuminen suhteessa muihin pyöräilytapahtumiin. (n=98)

Järjestelyjä koskenut avoin palaute oli pääosin positiivista - moni halusi kiittää järjestävää tahoja hyvin järjestetystä tapahtumasta. Jotkin kuitenkin kritisoivat kisakeskuksen rikkonaisuutta, erityisesti Tour de Sapson osalta jonka lähtö ja maali olivat eri paikoissa.

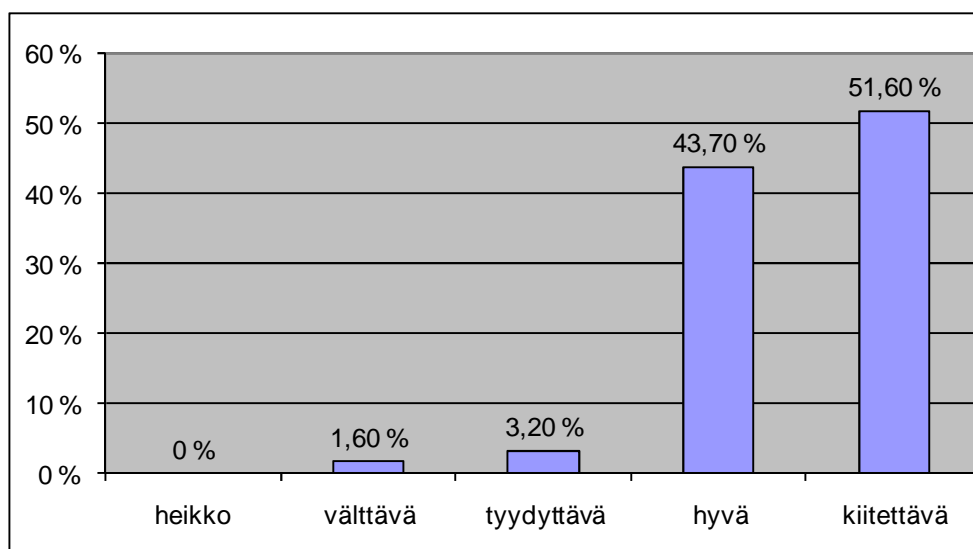
Osallistuminen Summer Openiin Katinkullassa

Vastaajilta kysyttiin osallistuivatko he tapahtuman jälkeen illalla Summer Openiin Katinkullassa. 74 % kysymykseen vastanneista ei osallistunut iltaohjelmaan, kun 36 % ilmoitti osallistuneensa myös Summer Openiin.

Ilmoittautumisen helppous

Yhdellä kysymyksellä haluttiin kartoittaa vastaajien mielipidettä tapahtumiin ilmoittautumisen helppoudesta. Yksi vastaaja ei vastannut kysymykseen.

Yli puolet vastaajista (51,60 %) piti ilmoittautumisen helppoutta kiitettävänä ja 43,70 % hyvänä. Vain neljä vastaajaa (3,20 %) piti ilmoittautumisen helppoutta tyydyttävänä ja kaksi (1,60 %) vastaavasti välttävänä. (Kuvio 17.)

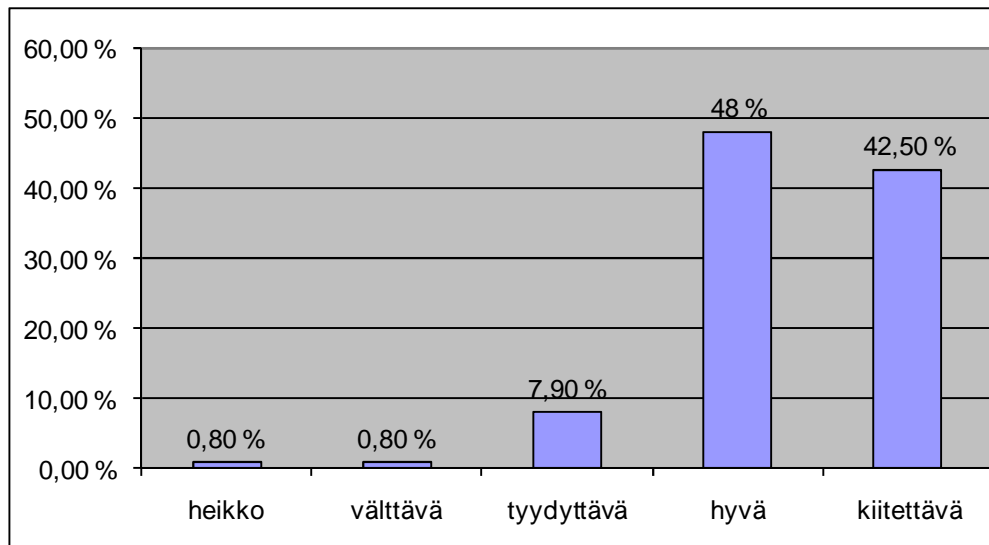


Kuvio 17. Ilmoittautumisen helppous. (n=126)

Tapahtumien etukäteisinfo

Vastaajien mielipidettä tapahtumien etukäteisinfosta tiedusteltiin yhden kysymyksen avulla. Etukäteisinfolla tarkoitetaan osallistujaohjeita ja muita tapahtumista etukäteen osallistujille annettavia tietoja.

Melkein puolet vastanneista (48 %) piti etukäteisinformaatiota hyvänä, ja lähes saman verran (42,50 %) jopa kiitettävänä. Vain 7,90 % ilmoitti pitäneensä etukäteisinfoa tyydyttävänä, 0,80 % välttävänä ja samoin 0,80 % heikkona. (Kuvio 18.)



Kuvio 18. Tapahtumien etukäteisinformaatio. (n=127)

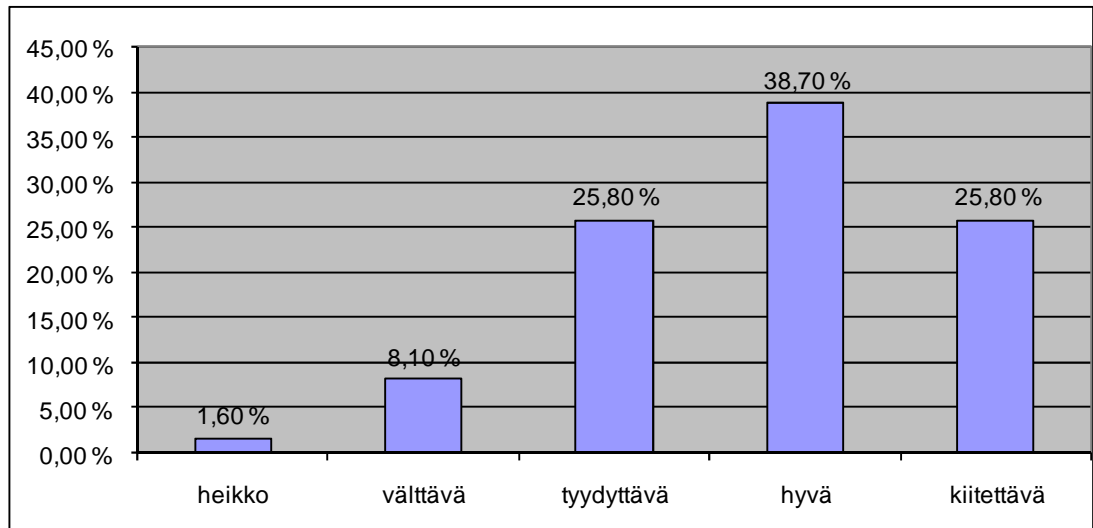
Avoimessa palautteessa huomioitiin myös etukäteisinformaatio. Jotkin osallistujat pitivät varsinkin reitin ennakkotietoja puutteellisina ja jopa harhaanjohtavina, ja ehdottivat että reitistä voisi laittaa internetiin valokuvia ja tarkempaa tietoa esimerkiksi tien pinnasta jo ennen varsinaista tapahtumaa. Muutama osallistuja oli joutunut työntämään pyöräänsä Tou de Sapson reitillä, kun ajoväylä oli osoittautunut liian pehmeäksi.

Opasteet ja liikenteenohjaus

Yhdellä kysymyksellä haluttiin selvittää vastaajien tyytyväisyyttä tapahtumapaikalle opastamiseen ja liikenteenohjaukseen. Kolme vastaajaa ei vastannut kysymykseen.

Enemmistö vastaajista (38,70 %) oli sitä mieltä että opasteet ja liikenteenohjaus olivat hyviä - hajontaa kuitenkin ilmeni, sillä yhtä suuri määrä vastaajia (25,80 %) piti niitä tyydyttävänä ja kiitettävänä. Vajaat kymmenen prosenttia (8,10 %) ilmoitti pitäneensä opasteita ja liikenteenohjausta vain välttävinä, ja 1,60 % heikkoina keskiarvon ollessa 3,8. Hajontaa vastauksiin on voinut aiheuttaa se, että osa vastaajista on ymmärtänyt kysymyksen väärin ja

luullut kysymyksellä tarkoitettavan myös reittiopasteita jotka saivat eniten kritiikkiä. Reittiopasteista oli kuitenkin oma kysymyksensä myöhemmin. (Kuvio 19.)



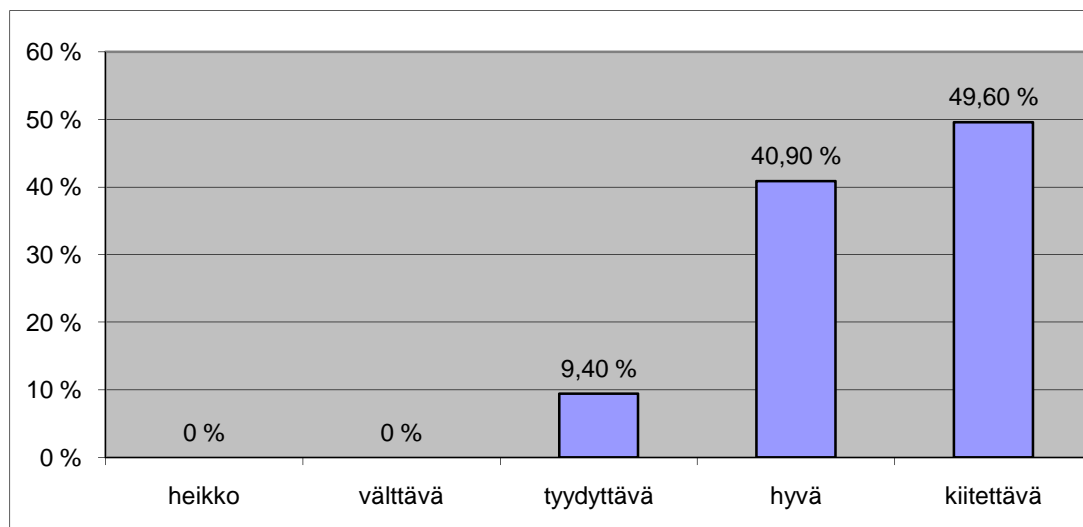
Kuvio 19. Opasteet ja liikenteenohjaus. (n=124)

Opasteet ja liikenteenohjaus keräsivät kiitosta avoimessa palautteessa, muun muassa liikenteenohjauksessa olleita henkilöitä kiiteltiin kannustamisesta. Jotkin kuitenkin kritisivat heikkoa opastusta itse tapahtumapaikalle.

Kisakanslian toiminta ja palvelualltius

Vastaajilta haluttiin tiedustella myös heidän mielipidettään tapahtumanaikaisista asiakaspalvelutilanteista, niinpä yksi kysymys koski kisakanslian toimintaa ja palveluallttiutta.

Lähes puolet kysymykseen vastanneista (49,60 %) piti kisakanslian toimintaa ja palveluallttiutta kiitettävänä, ja 40,90 % hyvänä. Vajaat kymmenen prosenttia (9,40 %) koki toiminnan kisakansliassa tyydyttäväksi. (Kuvio 20.)



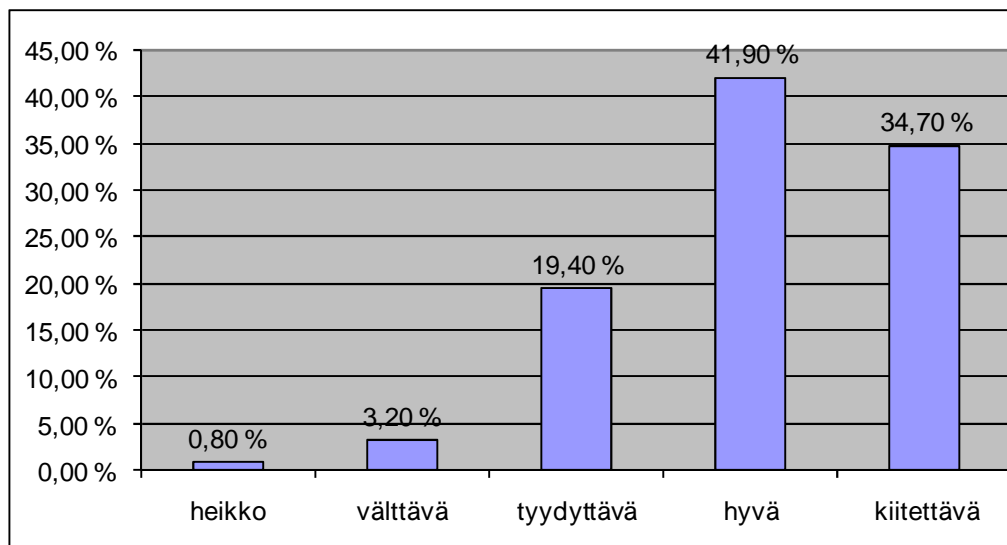
Kuvio 20. Kisakanslian toiminta ja palvelualltius (n=127)

Kisakanslian toiminta ja palvelualltius saivat sekä risuja että ruusuja. Osa kiitteli kanslian ystävällistä palvelua, mutta joku sen sijaan koki toiminnan heikoksi ja kisakanslian liian hätäistä purkamistakin moitittiin.

Kenttäkuulutus

Yhdellä kysymyksellä haluttiin selvittää tapahtumiin osallistuneiden mielipidettä tapahtumanaikaisesta kuulutuksesta ja sen onnistumisesta. Kolme vastaajaa ei vastannut kysymykseen.

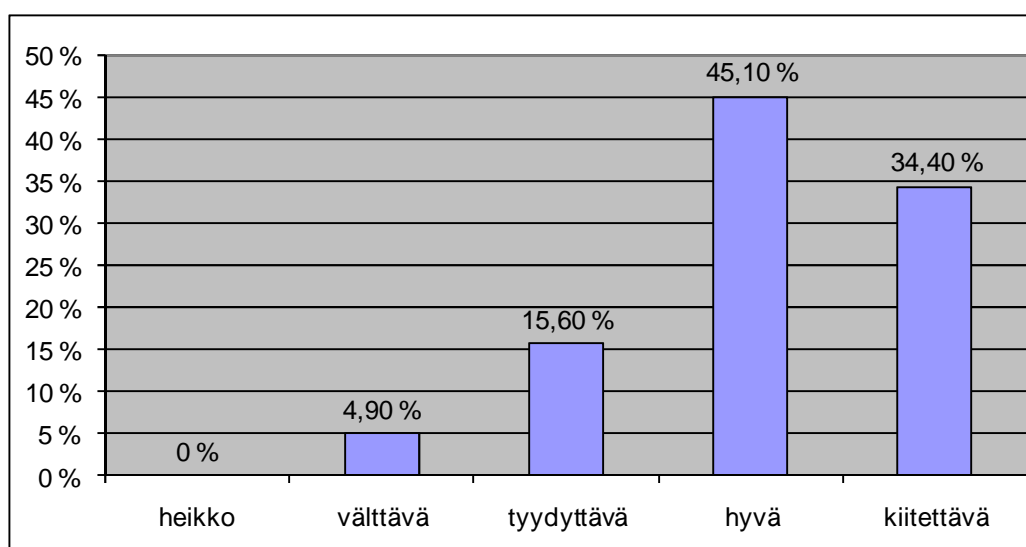
Eniten vastauksia keräsi vaihtoehto ”hyvä”, joka sai 41,90 % vastauksista. Kiitettävänä kenttäkuulutusta piti 34,70 %, tyydyttävänä noin viidennes (19,40 %) ja välttävänä vain 3,20 % kaikista kysymykseen vastanneista. (Kuvio 21.)



Kuvio 21. Kenttäkuulutus (n=124)

Tulospalvelu

Yhden kysymyksen avulla selvitettiin osallistujien tyytyväisyyttä tulospalvelun toimintaan. Viisi vastaajaa jätti vastaamatta kysymykseen. Lähes puolet vastaajista (45,10 %) piti tulospalvelun toimintaa hyvänä ja noin kolmannes (34,40 %) jopa kiitettävänä. 15,60 % piti tulospalvelua tyydyttävänä ja vain vajaa viisi prosentti (4,90 %) välttävänä. (Kuvio 22.)

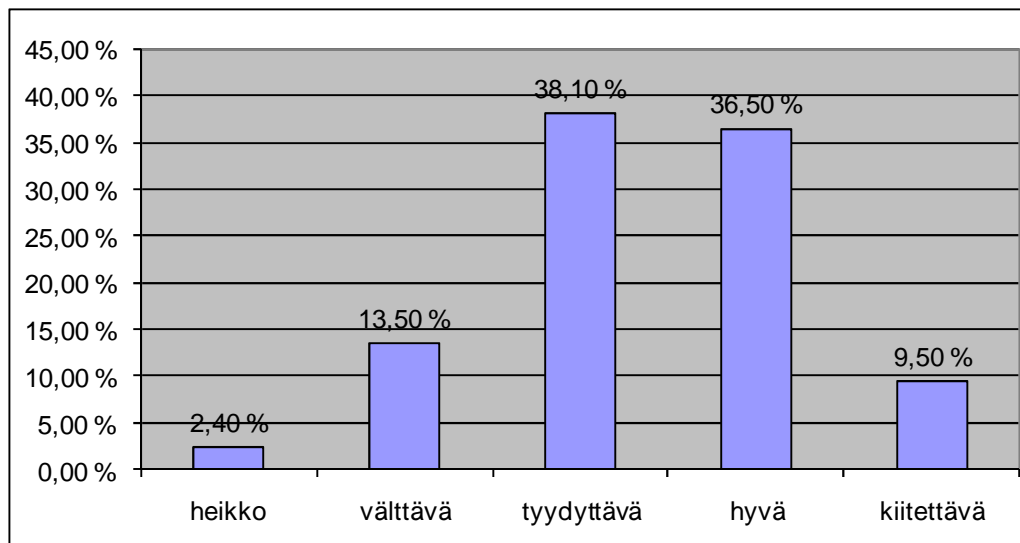


Kuvio 22. Tulospalvelun toiminta (n=122)

Osallistumismaksun suuruus

Vastaajilta kysyttiin mitä mieltä he olivat osallistumismaksun suuruudesta suhteessa sen sisältämiin palveluihin. Yksi vastaaja ei vastannut kysymykseen. Tässä mainittakoon että palveluihin sisältyi chip-ajanotto, huoltopalvelut reitin varrella ja maalissa, ruokailu, pyörän pesumahdollisuus, sauna ja uimahallin käyttö, Vuokatti MTB t-paita sekä osallistuminen tuotearvontoihin. Osallistuminen Tour de Sapson 34 kilometrin matkalle maksoi ilmoittautumisen ajankohdasta riippuen 30 - 40 euroa ja 49 kilometrin matkalle 35 - 50 euroa. Myös Vuokatti MTB:n osallistumismaksun suuruus määräytyi ilmoittautumisen ajankohdan mukaisesti maksujen ollessa seuraavat: 26 km (alle 18-vuotiaat) 30 – 45 euroa, 26 km 35 - 50 euroa ja 52 km 45 - 65 euroa.

Osallistumismaksun suuruutta suhteessa siihen sisältyneisiin palveluihin piti tyydyttävänä 38,10 % vastaajista, ja lähes saman verran (36,50 %) hyvänä. Kiitettäväksi maksun suuruuden koki noin joka kymmenes (9,50 %) vastaaja, kun taas välttävänä sitä piti 13,50 % kaikista kysymykseen vastanneista. Kolme vastaajaa (2,40 %) piti maksua heikkona suhteessa siihen sisältyneisiin palveluihin. (Kuvio 23.)



Kuvio 23. Osallistumismaksun suuruus suhteessa siihen sisältyneisiin palveluihin (n=126)

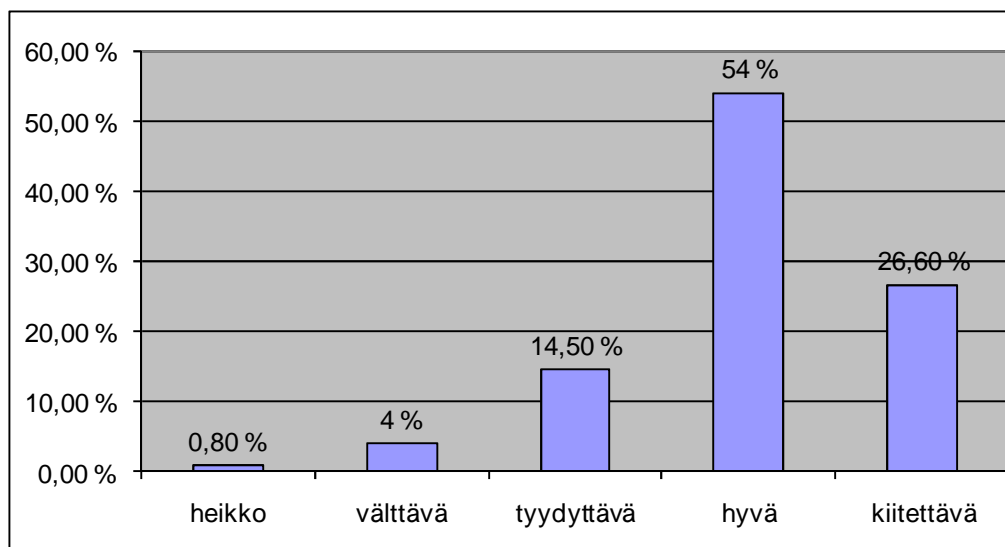
Osallistumismaksun suuruus suhteessa siihen sisältyneisiin palveluihin sai huomiota avoimessa palautteessa - maksua pidettiin liian suurena ja erityisesti tapahtumanjälkeistä

ruokaa tasoltaan heikkona. T-paitojen pienuutta kritisoitiin ja myös mitalia t-paidan sijasta toivottiin.

Huoltopisteiden tarjonta

Mielipidettä huoltopisteiden tarjonnasta selvitetiin yhden kysymyksen avulla. Kolme vastaajaa ei vastannut kysymykseen.

Yli puolet vastanneista (54 %) oli sitä mieltä että tarjonta huoltopisteillä oli hyvä. Yli neljännes (26,60 %) koki tarjonnan jopa kiitettäväksi, ja vain vajaat viisitoista prosenttia (14,50 %) tyydyttäväksi. Vain välttävänä tarjontaa piti 4 % vastaajista ja heikkona yksi vastaaja (0,80 %). (Kuvio 24.)



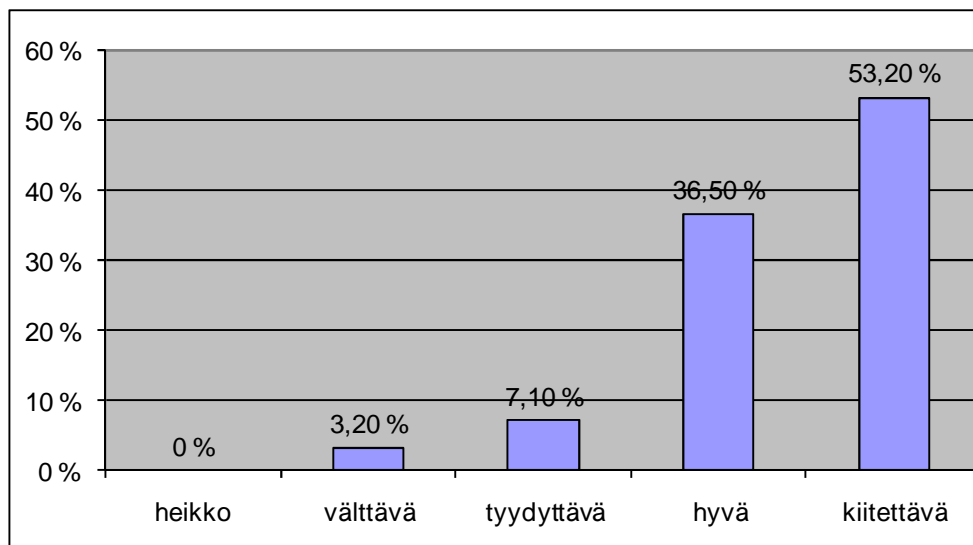
Kuvio 24. Huoltopisteiden tarjonta (n=124)

Huoltopisteiden tarjonta keräsi ehdotuksia kyselylomakkeen viimeisessä, avoin palaute - kohdassa. Tarjolle kaivattiin ruisleipää meetvurstilla, isompia banaanin paloja ja merisuolaa kramppien varalta.

Huoltopisteiden toiminta

Vastaajien mielipidettä kysyttiin myös huoltopisteiden toiminnan suhteen. Yksi vastaaja ei vastannut kysymykseen.

Yli puolet kysymykseen vastanneista (53,20 %) piti huoltopisteiden toimintaa kiitettävänä, ja reippaasti yli kolmanneskin (36,50 %) hyvänä. Vastajista 7,10 % koki toiminnan tyydyttäväksi ja 3,20 % välttäväksi. (Kuvio 25.)



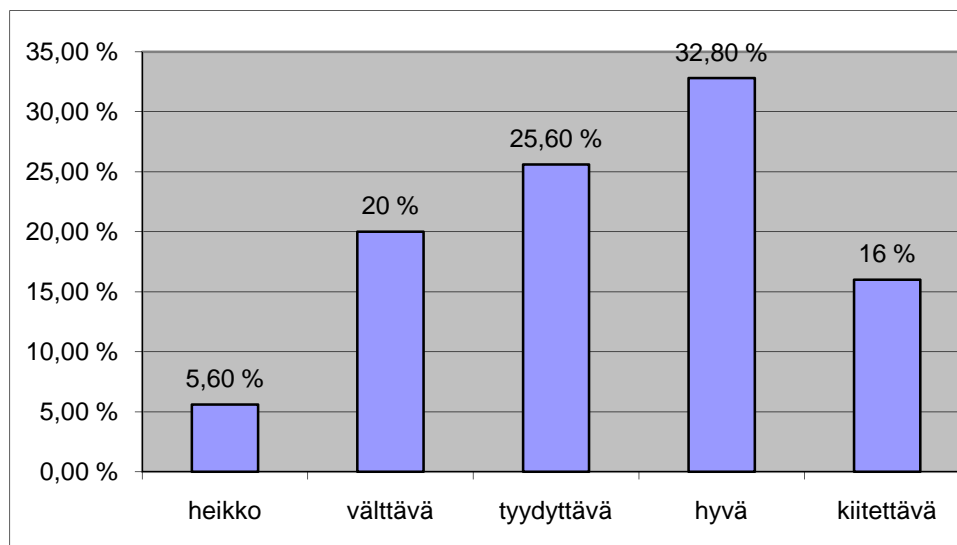
Kuvio 25. Huoltopisteiden toiminta (n=126)

Huoltopisteiden toiminta oli onnistunutta myös avoimen palautteen perusteella - ihmisten reippaus ja ystävällinen palvelu keräsivät kiitosta.

Reittiopasteet

Osallistujien tyytyväisyyttä reittiopasteisiin kartoitettiin yhden kysymyksen avulla. Kaksi vastaajaa ei vastannut kysymykseen.

Yli kolmannes vastaajista (32,80 %) piti reittiopasteita hyvinä, ja noin neljännes (25,60 %) tyydyttävinä. Kiitettäväksi reittiopasteet koki 16 % vastanneista, ja välttäviksi viidennes (20 %). 5,60% koki reittiopasteet heikoksi. (Kuvio 26.)



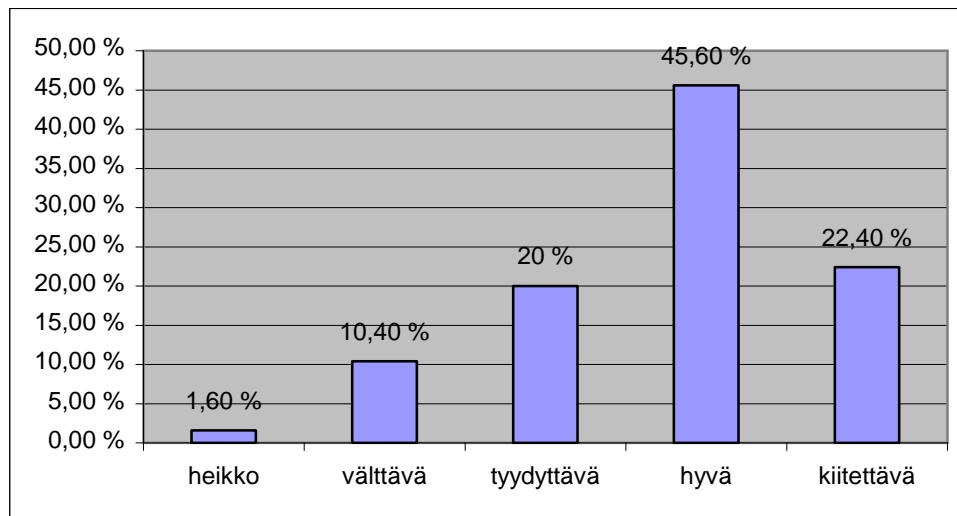
Kuvio 26. Reittiopasteet (n=125)

Reittiopasteet -kohdassa hajontaa oli paljon, ja tämä näkyi myös avoimessa palautteessa jossa reittiopasteet ja niiden asettelu saivat paljon kritiikkiä sekä kehittämisehdotuksia osakseen. Moni piti opasteita puutteellisina ja reittiä huonosti merkattuna, ja kaipasivat tiheämpää ja selkeämpää merkkäämistä sekä kilometritauluja matkan varrelle.

Turvallisuusjärjestelyt

Osallistuneiden mielikuvaa tapahtumien turvallisuusjärjestelyistä selvitettiin yhdellä kysymyksellä. Kaksi kyselyyn vastanneista ei vastannut kysymykseen.

Lähes puolet vastaajista (45,60 %) piti tapahtumien turvallisuusjärjestelyjä hyvinä, reilu viidennes (22,40 %) kiitettävänä. Tyydyttäväksi järjestelyt koki viidennes vastaajista (20 %), välttäviksi 10,40 % ja heikoiksi 1,60 %. (Kuvio 27.)



Kuvio 27. Turvallisuusjärjestelyt (n=125)

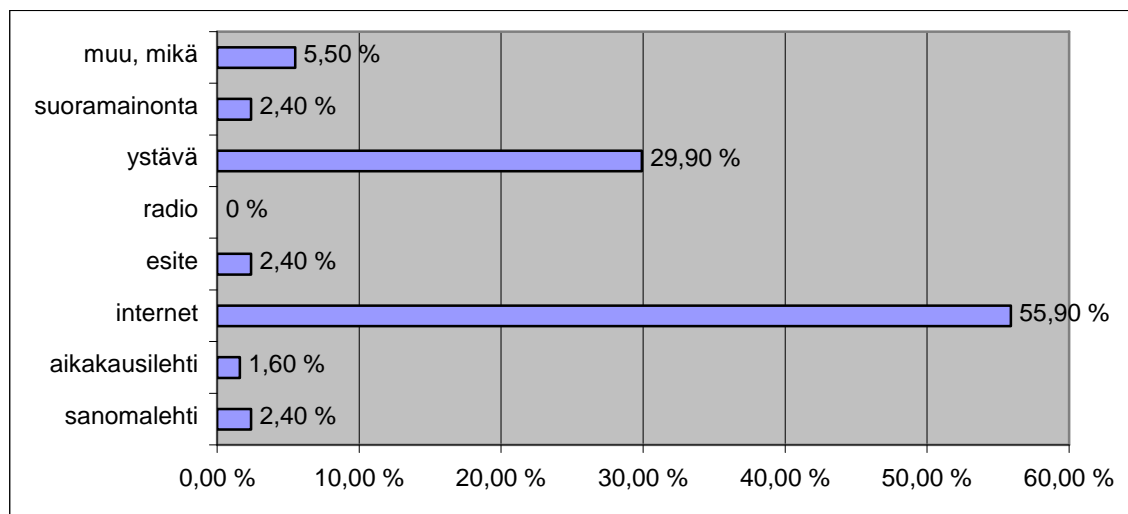
Myös turvallisuusjärjestelyt saivat jonkin verran huomiota osakseen avoimessa palautteessa. Osa kaipasi loukkaantumisten tai välinerikkojen varalta ensiapua/toimitsijoita reitin varrelle muuallekin kuin huoltopisteille. Lisäksi kaivattiin ennen alamäkiä sijoitettuja varoituskylttejä, joissa olisi tiedotettu mäestä ja sen vaikeusasteesta, erityisesti huomiota oli kiinnitetty MTB:n reitillä olleeseen vauhdikkaaseen sepelilaskun jälkeiseen käännökseen, jota monet pitivät liian nopeana ja yllättävänä.

Tapahtumista tiedottaminen

Yhden kysymyksen avulla haluttiin selvittää tapahtumien markkinointia ja sen onnistumista. Kysymys kuului: ”Mistä saitte ensimmäisen kerran tietää Vuokatti MTB:stä/Tour de Sapsosta?”

Selkeästi suurin osa vastaajista (55,90 %) oli saanut ensimmäisen kerran kuulla tapahtumista internetistä. Kolmannes vastaajista (29,90 %) oli sen sijaan kuullut tapahtumista ensimmäisen kerran ystävältään. Seuraavaksi eniten vastauksia keräsivät vaihtoehdot muu, mikä (5,50 %), suoramainonta (2,40 %), esite (2,40 %), sanomalehti (2,40 %) ja aikakauslehti (1,60 %).

(Kuvio 28.)

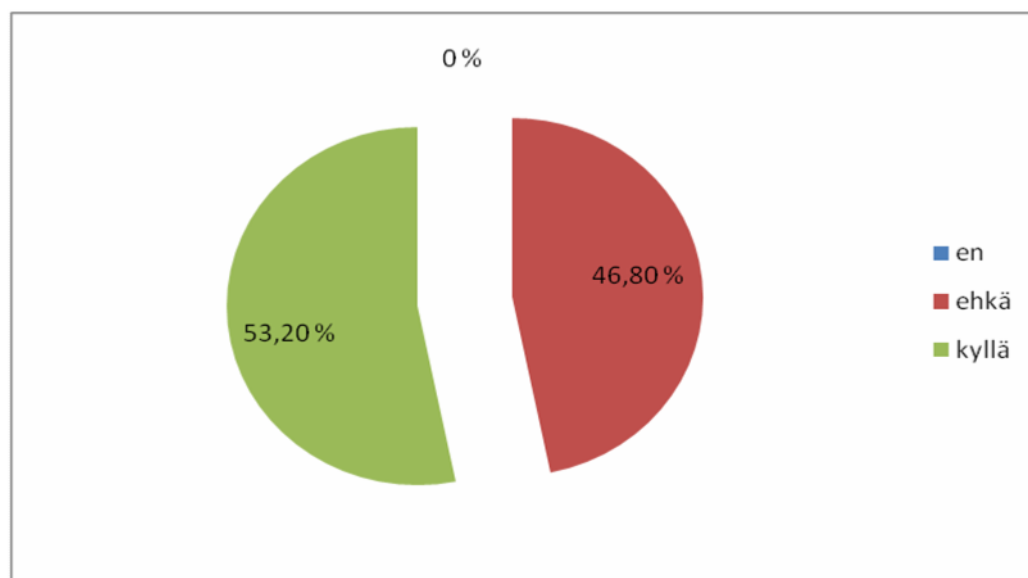


Kuvio 28. Tapahtumista tiedottaminen ($n=127$)

Tapahtumaan osallistuminen ensi vuonna

Yhdellä kysymyksellä kerättiin tietoa osallistuneiden mahdollisesta osallistumisesta tapahtumaan ensi vuonna. Yksi vastaaja ei vastannut kysymykseen.

Yli puolet vastanneista (53,20 %) aikoi osallistua tapahtumaan myös ensi vuonna. 46,80 % ilmoitti ehkä ottavansa osaa myös tulevana vuonna. Yksikään kysymykseen vastanneista ei valinnut vaihtoehtoa; en osallistu tapahtumaan ensi vuonna. (Kuvio 29.)

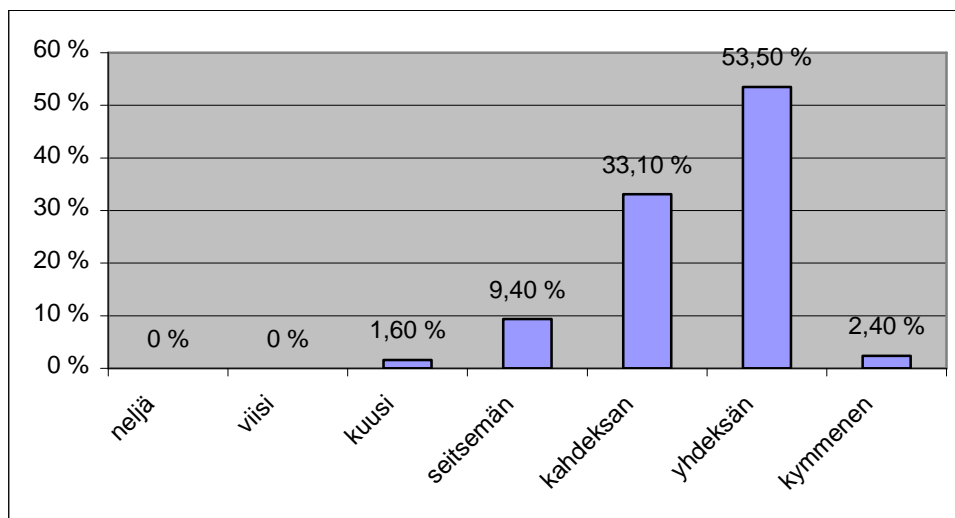


Kuvio 29. Osallistuminen tapahtumaan ensi vuonna ($n=126$)

Tapahtuman kokonaisarvosana

Kyselylomakkeen viimeisellä kysymyksellä tiedusteltiin minkä kouluarvosanan vastaajat tapahtumalle antaisivat.

Yli puolet kysymykseen vastanneista (53,50 %) antoi tapahtumalle arvosanan yhdeksän, ja 2,40 % parhaan mahdollisen arvosanan. Reilu kolmannes (33,10 %) piti tapahtumaa kahdeksikon arvoisena. Vajaat kymmenen prosenttia (9,40 %) antoi arvosanaksi seitsemän, sen sijaan kaksi vastaajaa (1,60 %) antoi arvosanan kuusi keskiarvon ollessa 8,5. (Kuvio 30.)



Kuvio 30. Tapahtuman kokonaisarvosana (n=127)

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tutkimuksen tarkasteluosuudessa kyselytutkimuksen avulla kerätty aineisto puretaan ja pohditaan, voidaanko tapahtumiin osallistuneilta kerättyä tietoa jollakin tavalla hyödyntää tulevaisuudessa tapahtumanjärjestämisprosesseissa. Tarkoituksena on löytää vastauksia tutkimusongelmassa asetettuihin kysymyksiin: mitä järjestelyissä olisi voitu tehdä toisin, missä onnistuttiin ja missä epäonnistuttiin, sekä ennen kaikkea selvittää, kuinka palvelun laadun viime kädessä määrittävät asiakkaat kokivat tapahtumat. Luvussa esitetään myös ratkaisuja tutkimustulosten myötä ilmi tulleisiin epäkohtiin, sekä annetaan kehittämisehdotuksia ensi vuoden tapahtumaa silmällä pitäen.

Kokonaisuutena Vuokatti MTB:a ja Tour de Sapsoa voidaan pitää onnistuneina tapahtumina. Kuten tutkimustuloksista käy ilmi, 58,20 % prosenttia kysymykseen vastanneista ilmoitti tapahtumien järjestelyt hyviksi verrattuna johonkin muuhun pyöräilytapahtumaan, kun taas 29,60 % piti järjestelyjä jopa kiitettävinä. Lisäksi kyselyyn vastanneiden antamien kouluarvosanojen keskiarvoksi tuli 8,5, joten myös tämä tieto tukee johtopäätöstä hyvin järjestetyistä tapahtumista. Myös nykyinen järjestämisajankohta toimii erinomaisesti, sillä 79,20 % vastaajista haluaisi nähdä tapahtuman järjestettävän ensi vuonnakin samaan aikaan.

Harvoin ensimmäistä kertaa järjestettävät tapahtumat keräävät yhtä paljon positiivista ja hyvää palautetta. Tätä selittää kuitenkin järjestävän tahon, Kainuun Liikunta ry:n, vankka kokemus ja osaaminen tapahtumanjärjestämisestä. Kaikkia ydinpalvelua tukeneita palveluja, kuten ilmoittautumista, etukäteisinformaatiota, kisakanslian toimintaa, tulospalvelua sekä huoltopisteiden tarjontaa ja toimintaa voidaan pitää kerätyn aineiston perusteella onnistuneina tapahtuman osa-alueina, joten ne tulisi säilyttää ennallaan ensi vuotta silmällä pitäen.

Kyselyyn vastanneista, tapahtumiin osallistuneista asiakkaista 66,70 % oli 18 - 39 -vuotiaita henkilöitä, jotka osallistuvat kesän aikana muihinkin pyöräilytapahtumiin (67,70 %). Tyypillisimmillään vastaaja oli Itä-Suomen läänistä (27,80 %) , Kainuusta (24,60 %) tai muualta Oulun läänistä (26,20 %) kotoisin oleva mies (77 %), joka oli saanut tiedon tapahtumista internetistä (55,90 %) tai ystävältään (29,90 %). Näiden tietojen perusteella

tavallisin osallistuja oli alle 39 -vuotias, internetiä tiedonhaussa hyödyntävä ja aktiivisesti pyöräilyä harrastava mies.

Edellä mainittuja tietoja voidaan hyödyntää myös ensi vuoden tapahtuman markkinointia suunniteltaessa - tiedottamista tulisi keskittää yhä enemmän internetiin, sekä laajentaa ja tehostaa lehdissä ja muissa lähteissä tapahtuvaa mainontaa Länsi-Suomen-, Etelä-Suomen-, sekä Lapin-läänin alueilla. Lisäksi ulkomaille suuntautuvaa tiedottamista tulisi tehostaa, sillä tapahtumissa ei ollut mukana ainuttakaan ulkomaalaista osallistujaa. Internetin keskustelupalstoja ja lajiin keskittyneitä yhteisöjä tulisi hyödyntää enemmän, jotta tapahtumia saataisiin paremmin esille ja ihmisten tietoon.

Tutkimustuloksista selvisi myös seikkoja, joihin tulisi puuttua ensi vuonna tapahtumaa järjestettäessä. Kysymys reittien teknisyydestä toi ilmi tarpeen teknisyyden lisäämiseksi, sillä 31,00 % kysymykseen vastanneista piti ajamaansa reittiä liian helppona. Lisäksi tiedusteltaessa reittien muuttamista tulevaisuudessa 38,10 % ilmoitti haluavansa nähdä vastaisuudessa ajoteknisesti vaativampia reittivaihtoehtoja. Fyysisyyden osalta reittisuunnittelua voidaan kuitenkin pitää onnistuneena, sillä 95,20 % kysymykseen vastanneista piti ajamaansa reittiä fyysisesti sopivana.

Reitin teknisyyttä voidaan lisätä esimerkiksi Vuokatinvaaroilla risteileviä polkuja hyödyntämällä. Monet avointa palautetta antaneista valittelivat reitin teknistä helppoutta ja ihmettelivät, miksi niin suuri osa reitistä kulki leveitä latupohjia pitkin. Palaute reittien helppoudesta kertoo myös siitä, että tapahtumiin osallistuneet todella ovat aktiivisia maastopyöräilyn harrastajia, jotka haluavat reitillä olevan oikeasti teknisesti haastavaa maastoa. Käsitystä aktiivisista lajin harrastajista tukee myös se, että 53,20 % ilmoitti tulevansa tapahtumaan myös ensi vuonna, 46,80 % ilmoitti ehkä tulevansa ja yksikään kysymykseen vastannut ei ilmoittanut osallistuvansa tapahtumaan ensi vuonna.

Toinen tutkimustulosten esille tuoma selkeä epäkohta oli reittiopasteiden puutteellisuus, joka keräsi myös eniten negatiivista palautetta avoin palaute -kohdassa. Vastanneista 25,60 % piti opasteita tyydyttävänä, 20 % välttävänä ja 5,60 % jopa heikkona. Tulevaisuudessa reitit on merkattava huomattavasti selkeämmin - reittiopasteita ja suuntanuolia on siis laitettava reitin varrelle tiheämmin. Risteyskohdissa oikea suunta tulisi merkata selkeästi esimerkiksi sulkemalla nauhalla väärään suuntaan johtava vaihtoehto. Avoimesta palautteesta kävi ilmi että useampikin henkilö oli ajanut harhaan puutteellisten reittiopasteiden takia.

Lisäksi moni palautteen antaja piti Vuokatti MTB:n reitillä ollutta vauhdikkaan sepelilaskun jälkeistä käännöstä liian nopeana ja yllättävänä. Jos reittiä ei voida muuttaa siten että lasku voidaan ohittaa, on siitä ainakin ilmoitettava hyvissä ajoin esimerkiksi kovavauhtisesta mäestä varoittavalla kyltillä jo reilusti ennen varsinaista vaaran paikkaa.

Reittiopasteiden parantamisella voidaan myös vaikuttaa siihen kuinka ”turvassa” osallistuja tuntee olevansa - jos osallistuja ei ole tietoinen onko hän oikealla reitillä, on se omiaan nostamaan turvattomuuden tunnetta ja luomaan negatiivisia mielikuvia järjestävästä tahosta. Vastaajista 20 % piti tapahtumien turvallisuusjärjestelyjä vain tyydyttävänä. Turvallisuuden tunnetta olisi helppo nostattaa lisäämällä talkoolaisia myös reitin varrelle. Avoimessa palautteessa muutamat osallistujat kertoivat kokeneensa turvattomuuden tunnetta ajaessaan pitkiäkin aikoja näkemättä reitillä ketään – palautteen antajat toivoivatkin, että ensiapua tai toimitsijoita olisi kaatumisten ja pyörien hajoamisten varalta reitin varrella muuallakin, kuin pelkästään huoltopisteillä.

Avoimesta palautteesta kävi ilmi myös joitakin muita asioita, joissa kävijät näkivät parantamisen varaa. Monet pitivät osallistumismaksuun sisältynyttä tapahtumanjälkeistä ruokaa tasoltaan heikkona. Itse asiassa 38,1 % piti osallistumismaksun suuruutta vain tyydyttävänä suhteessa siihen sisältyneisiin palveluihin. Lisäksi vastaajista vain 26 % ilmoitti osallistuneensa Summer Open -tapahtumaan Katinkullassa, johon osallistujilla oli mahdollista ostaa lippu alennettuun hintaan ilmoittautumisen yhteydessä. Summer Open ei siis ainakaan nykyisellään näyttäisi tapahtumaan osallistuvia houkuttavan.

Näiden tietojen valossa näyttäisi siis siltä, että osallistumismaksuun sisältyviä, sekä sen ohessa tarjottavia palveluja tulisi miettiä uudelleen tulevan vuoden tapahtumaa järjestettäessä. Esimerkiksi parempi ruoka kisan jälkeen nostaisi varmasti osallistujien tyytyväisyyttä maksuun sisältyviin palveluihin. Epäkohta ei kuitenkaan ole järin suuri, sillä 36,5 % vastaajista kuitenkin piti osallistumismaksun suuruutta hyvänä, ja 9,5 % kiitettävänä.

Kerättyjen tietojen perusteella Tour de Sapson järjestämistä ensi vuonna kannattaa harkita, sillä vastanneista peräti 77,60 % osallistui Vuokatti MTB:en matkoille. Voisi siis olla järkevää keskittyä ensi vuonna täysin Vuokatti MTB:en tuotekehitykseen ja tehdä siitä entistäkin parempi. Tour de Sapson järjestämisestä päättääköön järjestävä taho resurssiensa, tavoitteidensa ja motiivinsa perusteella.

Tutkimustulosten purkamisen ja tarkkailun myötä aloin pohtia, kuinka tapahtumasta ja maastopyöräilystä voitaisiin tehdä helpommin lähestyttävä ja kuinka naisia saataisiin enemmän mukaan - maastopyöräily kun on ainakin päällisin puolin vauhdikas ja miehinen ”extreme-laji”.

Jos tapahtumaa ei ole tarkoitus viedä tulevaisuudessa kilpailullisempaan suuntaan, voisi tapahtumassa ensi vuonna olla yksi lyhyempi reittivaihtoehto, jonka osallistumismaksuun sisältyisi polkupyörän vuokraus, sekä lyhyt opastus maastopyöräilyn perusasioihin ja -tekniikoihin. Jonkin pyörävalmistajan tai -vuokraajan tapahtumaan mukaan saaminen ei varmasti tuottaisi ylitsepääsemättömiä ongelmia, sillä olisihan toiminta kuitenkin molempia osapuolia hyödyttävää. Näin osallistuja pääsisi kokeilemaan maastopyöräilyä upeassa ympäristössä lajin hengessä, vieläpä ilman välitöntä suurta investointia omaan polkupyörään, sekä saisi myös lyhyen opastuksen lajin maailmaan. Uskon että erityisesti naisten kynnys osallistua tällaiseen tapahtumaan madaltuisi. Pakettia voitaisiin myydä myös esimerkiksi pienille ryhmille ryhmähintaan ja täten suunnata markkinointia työpaikoille ja muihin yhteisöihin.

Jos tapahtuma kuitenkin halutaan säilyttää ennallaan, tai mahdollisesti tehdä siitä kilpailullisempi, ei kovinkaan suuria muutoksia tarvitse tehdä. Kilpailullisuutta ja näyttävyyttä voisi vielä halutessaan korostaa esimerkiksi lisäämällä kilpailun oheen toisen tyyppistä maastopyöräilyä, vaikkapa mahdollisuuden vauhdikkaan alamäki-osuuden ajamiseen kelloa vastaan. Myös musiikki tapahtumapaikalla voisi lisätä kävijöiden viihtyvyyttä ja luoda tunnelmaa. Lisäksi reittien varrelle sijoitetut kilometritaulut voisivat olla hyvä idea - niistä osallistuja näkisi paljonko matkaa on edessä ja paljonko takana.

Tulevalle tapahtumalle on onnistuttu luomaan vankka pohja, josta kertoo myös kerätty, erittäin hyvä palaute. Uskon että järjestäjä on päässyt tavoitteeseensa järjestää pysyvä ja pitkällä aikavälillä myös järjestävälle taholle taloudellista hyötyä tuottava tapahtuma. Pelkästään lisäämällä Vuokatti MTB:n reitin teknisyyttä, parantamalla puuttelliseksi jääneet reittiopasteet, kiinnittämällä enemmän huomiota turvallisuustekijöihin ja miettimällä osallistumismaksun sisältämien palveluiden kokonaisuuden uudelleen, on tulevan vuoden tapahtuman onnistuminen taattu.

LÄHTEET

Botnia –pyöräilyn järjestelytoimikunta 2009. <http://www.botniacyklingen.fi/infofi.htm>

Luettu 27.9.2009

Fillari -lehti 2009. <http://www.fillari-lehti.fi/perus/racing/kalenterit.asp> Luettu

27.9.2009

Goldblatt, J.J. 1997. Special Events – Best practices in modern event management. New York: John Wiley & Sons.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hemmi, J. 2005. Ympäristö- ja luontomatkailu. Kokkola: KP paino.

Higham, J. & Hinch, T. 2009. Sport and Tourism – Globalization, mobility and identity. Oxford: Elsevier.

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. Vantaa: Tummavuoren kirjapaino Oy.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? - Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

Kainuun Liikunta 2009. http://www.kainuunliikunta.fi/tapahtumat/vuokatti_mtb/

Luettu 30.9.2009.

Kainuun Liikunta 2009. http://www.kainuunliikunta.fi/tapahtumat/tour_de_sapso/

Luettu 30.9.2009.

Lackman, P. & Verhelä, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut – Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Fram.

Sappee MTB 2009. <http://www.sappeemtb.fi/news?id=962> Luettu 27.9.2009.

Tahko MTB 2009. <http://www.tahkomtb.fi/> Luettu 27.9.2009.

Takalo, T. 2009a. Kainuun Liikunta ry:n tapahtumapäällikkö. Keskustelu 13.5.2009.

Takalo, T. 2009b. Kainuun Liikunta ry:n tapahtumapäällikkö. Sähköpostikeskustelu 1.7.2009.

TWD-Länken 2009. <http://www.twd.fi/main.php> Luettu 27.9.2009.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus – opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Hakapaino. s. 39-40

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2008. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tallinna: AS Pakett.

Velocitor Oy 2009. <http://www.tourdehelsinki.fi/> Luettu 27.9.2009.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

LIITTEIDEN LUETTELO

LIITE 1: AVOIN PALAUTE

LIITE 2: KYSELYLOMAKE

LIITE 3: VUOKATTI MTB –REITTI 2009

LIITE 4: TOUR DE SAPSO –REITTI 2009

LIITE 1: AVOIN PALAUTE

Positiivinen palaute:

- hyvin järjestetty tapahtuma (14)
- hyvä tapahtuma (6)
- hyvää porukkaa ja palvelua huoltopisteillä ja liikenteenohjauksessa (5)
- fyysisyys kohdallaan (5)
- hyvä ympäristö (2)
- hyvä reitti (tour de sapso) (2)
- ystävällinen palvelu (2)
- reittinauhat olivat riittävän tiheässä
- huoltopisteet sopivin välein ja tarjontaa hyvin
- pesupaikan painepesuri
- hyvä tunnelma
- kaikki toiminta hyvää
- ohjaus risteyksissä oli näkyvää sekä turvallista

Negatiivinen palaute:

- puutteelliset reittiopasteet (13)
- vauhdikkaan sepelilaskun jälkeinen käänös liian nopea ja yllättävä (6)
- kisanjälkeinen ruoka tasoltaan heikko (4)
- reittipohja välillä liian pehmeä, pyörää joutui taluttamaan (4)

- matkan varrella ei kilometritauluja (4)
- ennakkotiedot reitistä harhaanjohtavia/ puuttellisia (tour de sapso) (3)
- osallistumismaksu liian kallis (3)
- lähtö ja maali eri paikoissa (3)
- peräauto ajoi aivan pyörien kannoilla, häiritsi maisemista nauttimista todella paljon koska olimme liikkeellä ulkoilumielessä (2)
- liian nousupainotteinen reitti
- reitti aivan liian helppo
- t-paidat olivat naisten/lasten kokoja
- kuulutus heikko
- tulospalvelu toimi hitaasti
- kisakeskuksen rakenne hajanainen
- kisakanslian toiminta heikkoa
- kisakanslia purettiin liian nopeasti
- huoltopisteillä urheilujuoma kylmää
- Summer Open liian kallis

Kehittämisehdotukset:

- teknisyyttä enemmän (15)
- selkeämpi reitin merkkäminen (14)
- reitille enemmän polkuja (6)
- pitempi reitti MTB:en (5)

- ensiapua/ toimitsijoita saisi olla kaatumisten ja pyörien hajoamisten varalta reitinvarrella muuallakin kuin huoltopisteillä (3)
- ennen alamäkiä tieto mäen vaikeusasteesta (2)
- väliaikatiedot (2)
- tapahtumat voisivat alkaa myöhemmin, kaukaa tulevat joutuvat lähtemään todella aikaisin (2)
- pitäisi saada enemmän väkeä paikalle (2)
- ajankohta heinäkuulla
- parempi opastus kisapaikalle
- pitäisi mahdollistaa yleisön pääsy reitin varrelle
- ikäsarjatulokset
- lisäksi ikäsarjat 40 50 60
- valokuvia tapahtumista nettiin kisan jälkeen
- avarampi lähtöalue
- maksullisiin majoituksiin parempia alennuksia
- mitali paidan sijaan (sitä voi näyttää myös lapsenlapsille)
- selkeä pyöräparkki jonne voi jättää tavarat säilöön
- maksiminopeuden mittausta jostakin laskusta ja noususta
- pyöränpesupisteelle enemmän pesureita
- maaliin tarjolle isompia banaanin paloja
- ruisleipää meetvurstilla huoltopisteisiin
- jollekin huoltopisteelle merisuolaa krampien varalta

- kilpailu-/lähtöalueelle enemmän meininkiä
- paremmat reittikuvaukset ennakkoon tutustumista varten
- tietoa ajoväylän pinnasta ja laadusta
- google earth tai muu tracker reitistä
- ennakkoon valokuvia tai videoita reitistä
- t-paita pyöreällä päänaukolla, painatus etupuolelle
- tuloslistoissa olisi voinut olla myös keskeyttäneet ajajat, nyt jäi epäselväksi mille matkalle ko. ajajat olivat lähteneet
- osallistumisohjeet voisi tulla aikaisemmin sähköpostiin
- kyyditys paikan päälle

Vuokatti MTB ja Tour de Sapson palautekysely

Tämä on Vuokatti MTB:n ja Tour de Sapson palautekysely. Kaikkien kyselyyn vastanneiden ja yhteystietonsa ilmoittaneiden kesken arvotaan kaksi ilmaista osallistumista Vuokatti MTB:lle/Tour de Sapsolle 2010.

1) Sukupuoli

nainen mies

2) Ikä

alle 18 18-29 30-39 40-49 50-60
 yli60

3) Asuinpaikka

Etelä-Suomen lääni Länsi-Suomen lääni Itä-Suomen Lääni Lapin lääni Oulun lääni
 Kainuu

4) Montako yötä viivytte kaupallisessa majoituksessa Vuokatissa/mualla Kainuussa tapahtuman aikaan

1 2 3 4 tai enemmän En majoittunut kaupallisessa majoituksessa

5) Matka, jolle osallistuitte

Tour de Sapso 31 km Tour de Sapso 46 km Vuokatti MTB 26 km Vuokatti MTB 52 km

6) Oliko ajamanne reitti fyysisesti

liian helppo sopiva liian raskas

7) Oliko ajamanne reitti teknisesti

liian helppo sopiva liian vaikea

8) Pitäisikö tapahtumassa olla tulevaisuudessa

pidempää reittivaihtoehtoja ajoteknisesti vaativampia reittivaihtoehtoja lyhyempiä ja kevyempiä reittivaihtoehtoja nykyiset reittivaihtoehdot riittävät

9) Vuokatti MTB ja Tour de Sapso pitäisi järjestää

nykyisenä ajankohtana myöhemmin kesäkuussa heinäkuussa elokuussa syyskuussa

10) Osallistutko kesän aikana muihin pyöräilytapahtumiin

kyllä ei

11) Jos olet osallistunut muihin pyöräilytapahtumiin, niin mitä pidit Vuokatti MTB ja Tour de Sapson järjestelyistä suhteessa niihin (kyselyn viimeisessä kysymyksessä voitte antaa kehitysehdotuksia)

kiitettävä hyvä tyydyttävä välttävä

12) Osallistuitko tapahtuman jälkeen illalla Summer Openiin Katinkullassa

kyllä ei

13) Vuokatti MTB:n/ Tour de Sapson ilmoittautumisen helppous

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

14) Tapahtuman etukäteisinfo (osallistujaohjeet jne.)

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

15) Opasteet ja liikenteenohjaus

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

16) Kisakanslian toiminta ja palvelualltius

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

17) Kenttäkuulutus

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

18) Tulospalvelu

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

19) Osallistumismaksun suuruus suhteessa siihen sisältyneisiin palveluihin

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

20) Huoltopisteiden tarjonta

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

21) Huoltopisteiden toiminta

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

22) Reittiopasteet

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

23) Turvallisuusjärjestelyt

1 heikko 2 3 4 5 kiitettävä

24) Mistä saitte ensimmäisen kerran tietää Vuokatti MTB:stä/ Tour de Sapsosta

- sanomalehti
 aikakauslehti
 internet
 esite
 radio
 ystävä
 suoromainonta
 muu, mikä

25) Aiotteko osallistua tapahtumaan myös ensi vuonna

en ehkä kyllä

26) Tapahtuman kokonaisarvosana (kouluarvosanoin 4-10)

4 5 6 7 8
 9 10

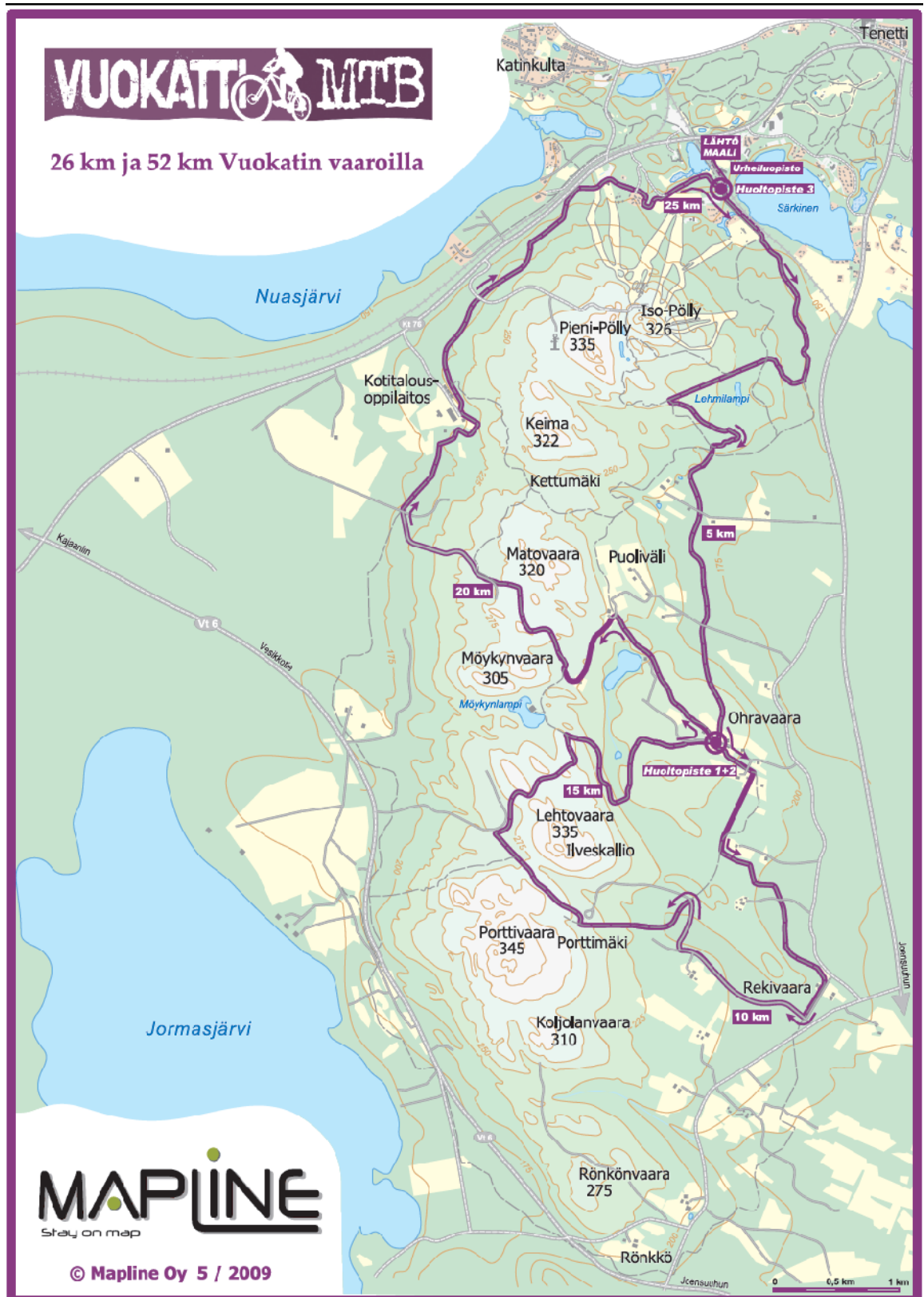
27) Vapaa sana (risuja, ruusuja ja terveisiä järjestäjille)**28) Yhteystietosi arvontaa varten (ei pakollinen)**

Nimi

Osoite

Sähköpostiosoite

LIITE 3: VUOKATTI MTB REITTI -2009



LIITE 4: TOUR DE SAPSO REITTI -2009

