

Messuilla on tunnelmaa
Kävijähallinta-analyysi Suomen
Kädentaidot 2014 -messuista

Sofia Ala-Rantala

Opinnäytetyö
Tammikuu 2015
Matkailun koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

Sofia Ala-Rantala:

Messuilla on tunnelmaa

Kävijähallinta-analyysi Suomen Kädentaidot 2014 -messuista

Opinnäytetyö 48 sivua, joista liitteitä 1 sivu

Tammikuu 2015

Tämän opinnäytetyön aiheena on kävijähallinnan analysointi Tampereen Messut Oy:n järjestämällä Suomen Kädentaidot 2014 -messuilla. Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa jo ennestään tehdyt toimenpiteet kävijähallinnan edistämiseksi sekä vuoden 2014 messujen kävijähallinnalliset ongelmakohdat. Tutkimuksen tulosten avulla annettiin toimenpide-ehdotuksia edistämään tulevien messujen sujuvuutta ja turvallisuutta kävijähallintatekniikoita soveltaen. Osa näistä toimenpide-ehdotuksista on nopeasti ja helposti toteutettavissa olevia ja osa ehdotuksista on pidemmän aikavälin prosesseja.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimuksen tulokset syntyivät teemahaastattelun, kävijäpalautteiden analysoinnin sekä omien havaintojen kautta. Tutkimuksen kautta ilmeni erinäisiä kävijähallinnallisia haasteita, joita Suomen Kädentaidot 2014 -messuihin kohdistui. Näitä haasteita olivat esimerkiksi ruuhkautuminen ja liikenteeseen liittyvät ongelmat. Tutkimuksessa ilmi tulleita tuloksia analysoidaan SWOT -analyysin avulla, jotta lukija saa kokonaisvaltaisen ja tiivistetyn kuvan tutkimuksen kohteesta.

Yksi opinnäytetyön teorioista on asiakastyytyväisyyden teoria. Asiakastyytyväisyyteen voidaan vaikuttaa edistämällä kävijähallintaa soveltamalla erinäisiä kävijähallintatekniikoita matkakohteeseen. Viimeisenä teoriana käytettiin tuotteen kolme eri tasoa, jota sovellettiin Suomen Kädentaidot 2014 -messuihin.

Asiasanat: Asiakastyytyväisyys, matkailukohde, kävijähallinta, kävijähallintatekniikat

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

SOFIA ALA-RANTALA:
The Atmosphere at the Fair
The Analysis of Visitor Management at Finnish Handicrafts 2014 Fair

Bachelor's thesis 48 pages, appendices 1 page
January 2015

The subject of this thesis was the analysis of visitor management at Finnish Handicrafts 2014 fair arranged by Tampere Trade Fairs Ltd. The objective was to find out the actions that have been taken to improve visitor management at the earlier Finnish Handicrafts fairs and to examine the problems in visitor management that the fair faced in 2014. With the help of the study results some suggestions for future actions were given to improve the running and safety of the fair by applying visitor management techniques. Some of these suggestions are fast and easily implemented and some of them are processes that require a longer period of time.

Qualitative research was the method used in this thesis. The results of the study were gained through a theme interview, the analysis of customer feedback and personal observations. The thesis revealed various challenges that Finnish Handicrafts 2014 fair faced, e.g. overcrowding and traffic problems. The results of the study were also analyzed with the help of a SWOT analysis so that the reader can get a holistic and summarized picture of the object of the study.

One of the theories used in this thesis was the theory of customer satisfaction. Customer satisfaction in a tourist attraction can be affected by improving visitor management through various visitor management techniques. The theory on the three levels of a product was applied to the Finnish Handicrafts 2014 Fair.

Keywords: customer satisfaction, tourist attraction, visitor management, visitor management techniques

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUSSUUNNITELMA	6
	2.1. Tutkimuksen kohde.....	6
	2.2. Käsitteet ja teoria	6
	2.3. Tutkimuskysymykset	13
	2.4. Aineisto ja menetelmät	14
	2.5. Tutkimukset kulku	16
3	TAMPEREEN MESSUT -KONSERNI JA SUOMEN KÄDENTAITOT - MESSUT	18
	3.1. Tampereen Messut Oy	18
	3.1.1 Yrityksen taustaa.....	18
	3.2. Tampereen Messu- ja Urheilukeskus.....	19
	3.3. Suomen Kädentaidot -messut	20
4	KÄVIJÄHALLINNALLISTEN ONGELMIEN KARTOITUS	21
	4.1. Teemahaastattelu ja kävijäpalautteiden läpikäyminen.....	21
	4.2. Havainnointi messuilla	24
5	TOIMENPIDE-EHDOTUKSET	33
	5.1. Yleisöliikenteen kehittäminen	33
	5.2. Ruuhkien hallinta.....	34
	5.3. Opasteiden kehittäminen.....	37
6	SWOT-ANALYYSI JA YHTEENVETO	39
7	POHDINTA.....	44
	LÄHTEET.....	46
	LIITTEET	48
	Liite 1. Haastattelukysymykset	48

1 JOHDANTO

Suomalaiset ovat ahkeria messukävijöitä. Messuja järjestetään ympäri Suomea moneen eri makuun ja parhaimmillaan messuilta saattaa saada uusia ideoita, kontakteja sekä elämyksiä. Tässä opinnäytetyössä tutkimuskohteena toimi Suomen Kädentaidot 2014 -messut, jossa tutkittiin keinoja tehdä tapahtumasta sujuvampi ja asiakasystävällisempi. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi kyseiset messut järjestävä yritys Tampereen Messut Oy, missä tein harjoitteluni keväällä 2014.

Opinnäytetyön tarkoitus oli tutkia tapahtumaa kävijähallinnan näkökulmasta ja tutkia sekä aiempien vuosien, että vuoden 2014 messujen kävijähallinnallisia ongelmakohtia. Näihin ongelmakohtiin etsin ratkaisuja teemahaastattelun, aikaisempien kävijäpalautteiden analysoinnin ja osallistuvan havainnoinnin avulla. Löydettyihin ongelmiin sovelsin kävijähallintatekniikoita, joiden avulla syntyi toimenpide-ehdotuksia tapahtuman ihmismassoja ohjaamiseen sujuvammin ja joustavammin. Kävijähallinta on aihe, mitä tulisi jatkuvasti kehittää, sillä kävijävaikutteet, kuten ruuhkautuminen ja pitkät jonot, voivat vaikuttaa negatiivisesti asiakastyytyväisyyteen.

Tavoitteena oli antaa toimeksiantajalle kehitysehdotuksia, joita he eivät välttämättä olleet aikaisemmin huomanneet. Tarkoitus ei ollut vain kiinnittää huomiota ongelmakohtiin vaan myös löytää niille ratkaisuja, jotka olisivat toteutettavissa tulevaisuudessa.

2 TUTKIMUSSUUNNITELMA

2.1. Tutkimuksen kohde

Tutustuin kävijähallintatekniikoihin ollessani vaihto-oppilaana Alankomaissa syksyllä 2013. Eräessä koulun projektissa tehtävänäni oli käyttää kävijähallintatekniikoita hallinnoimaan kävijöiden vaikutusta Filippiinien pääkaupungissa Manilassa sijaitsevassa rautakirkossa. Tuolloin tavoitteena oli tehdä suunnitelma, jolla pyrittiin suojelemaan kohdetta ja joka noudattaisi kestävän kehityksen periaatteita. Jäin kuitenkin miettimään voisiko näitä tekniikoita käyttää myös eri näkökulmasta.

Ollessani harjoittelussa Tampereen Messut Oy:ssä keväällä 2014 osallistuin muutamiin kevään tapahtumia koskeviin palavereihin. Huomasin väistämättä miettiväni kävijähallintatekniikoiden soveltamista eri tapahtumissa ilmeneviin ongelmiin. Aloin miettimään, voisiko tekniikoita soveltaa johonkin tapahtumaan siten, että siitä voitaisiin tehdä sujuvampi ja turvallisempi kävijähallintatekniikoiden avulla. Koin, että kyseiset tekijät vaikuttavat merkittävästi tapahtuman asiakastyytyvyyteen.

Suomen kädentaidot -messut ovat Tampereen Messujen kävijämäärältään suurin tapahtuma ja ehdotinkin, että voisin tehdä opinnäytetyön, jossa tutkisin kyseistä tapahtumaa ja sen kävijähallinnallisia ongelmia. Sain yritykseltä vastakaikua idealleni ja muutaman palaverin jälkeen molemmille osapuolille selveni, missä ongelmat piilevät ja että käsissä oli aihe, jota voisi kehittää loputtomiin.

Tämän opinnäytetyön tavoite on tutkia Suomen Kädentaidot 2014 -messujen kävijähallinnallisia ongelmakohtia palautteen, haastattelujen ja omien havaintojen avulla. Kävijähallinnan tekniikoiden kautta voidaan löytää keinoja, joilla asiakastyytyvyyttä voidaan parantaa tekemällä tapahtumasta yhä turvallisempi ja viihtyisämpi sekä tilasta joustavampi kasvavan kävijämäärän tarpeen mukaan.

2.2. Käsitteet ja teoria

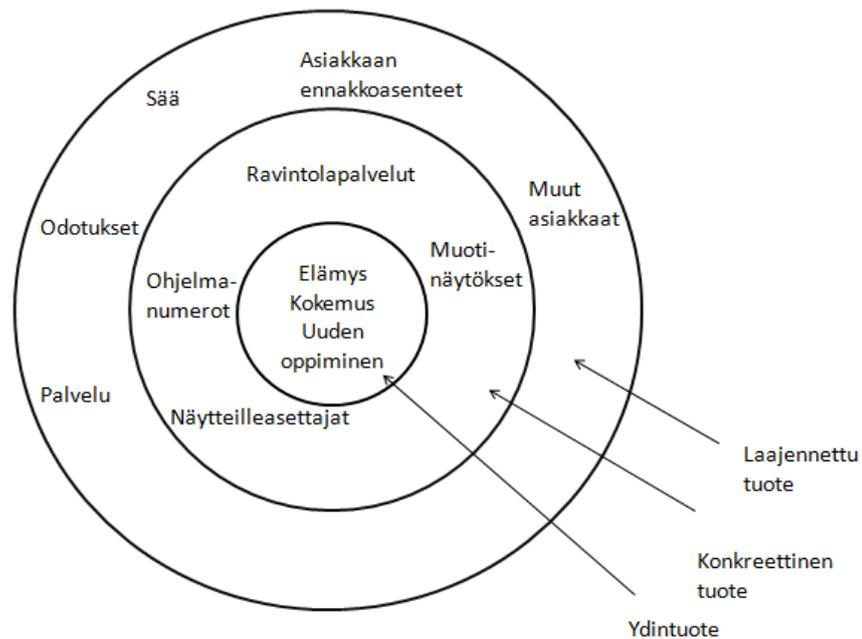
Matkailukohde käsitteenä on vaikea selittää niiden moninaisuuksien vuoksi ja on vaikea sopia määritelmistä, joita voidaan soveltaa kaikkiin matkailukohteisiin. Matkailu-

kohde on usein kuitenkin joko yksittäinen elementti, paikka tai selkeästi määriteltävä maantieteellinen alue, joka on saavutettavissa. Lisäksi kohde houkuttelee suuria määriä ihmisiä matkustamaan kohteeseen kotoaan, yleensä vapaa-ajallaan, lyhyeksi rajoitetuksi ajaksi (Swarbrooke, 2002 4-5). Vaikka matkailukohdetta on vaikea määritellä, Swarbrooke on luokitellut matkailukohteet neljään osa-alueeseen:

1. Luontokohteet
2. Ihmisen rakentamat kohteet, joiden alkuperäinen tarkoitus ei ole houkutella matkailijoita
3. Ihmisen rakentamat kohteet, jotka ovat tarkoitettu matkailijoille
4. Eri tapahtumat

Tärkeimmät erot näiden osa-alueiden välillä on pysyvyys ja asenne matkailijoihin. Luontokohde on pysyvämpi kuin tapahtuma ja matkailijoille tarkoitettut kohteet koetaan yleensä mahdollisuutena kun taas kohteissa, joita ei ole tarkoitettu matkailijoille, matkailu koetaan usein uhkana ja ongelmana (Swarbrooke 2002, 5). Täytyy muistaa, että matkailukohde voi olla näiden osa-alueiden yhdistelmä. Suomen Kädentaidot -messut on tapahtuma, joka taas järjestetään Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksessa, joka on rakennettu matkailutarkoitukseen ja vapaa-ajan viettoon.

Matkailukohde on usein myös palvelu, joka pitää sisällään lisäpalveluita. Matkailukohde tuotteena on usein yhdistelmä palveluita ja hyödykkeitä, jotka täyttävät asiakkaan tarpeet (Swarbrooke 2002, 40). Kotler (1994, teoksessa Swarbrooke 2002, 45) jakaa matkailutuotteen kolmeen tasoon. Ydintuote on se, jonka vuoksi asiakas valitsee palvelun. Ydintuote on usein hyvin abstrakti ja aineeton tuotteen ominaisuus, kuten tunnelma, elämys ja rentoutuminen. Kotlerin mukaan ydintuote tulee muuntaa varsinaiseksi tuotteeksi, mikä pitää sisällään yrityksen brändin, imagon, tyylin ja pakkauksen. Kolmas tuotteen taso on laajennettu taso, joka pitää sisällään kaikki lisäpalvelut, niin aineelliset kuin aineettomatkin (Swarbrooke 2002, 45). Tätä matkailutuotteen teoriaa on sovellettu Suomen Kädentaidot -messuihin kuviossa 1.



Kuvio 1. Tuotteen kolme eri tasoa Kotleria mukailen (Swarbrooke 2002, 45).

Vaikka Suomen Kädentaidot -messut ei ole varsinainen tuote, se sisältää monia palvelutuotteen elementtejä. Ydintuote tapahtumassa on tuottaa asiakkaalle elämys ja antaa uusia kokemuksia. Osa kävijöistä taas voi tulla tapahtumaan oppiakseen uutta. Lisäksi tapahtuma pitää sisällään konkreettisia palveluja, kuten ravintolapalveluja, ohjelma-numeroita, näytöksiä tai näytteilleasettajia, jotka ovat tuotteen näkyvin osa. Jokaisen asiakkaan kokemus tapahtumasta on erilainen ja siihen vaikuttavat konkreettisten palveluiden ja rakennusten lisäksi laajennetun tuotteen piiriin kuuluvat tekijät, joita on vaikea hallita (Swarbrooke 2002, 44). Suomen Kädentaidot 2014 -messuilla tällaisia tekijöitä voisi olla esimerkiksi palvelu sekä asiakkaan oma käytös, asenteet ja odotukset. Lisäksi ruuhkautuminen, muut ihmiset tai vaikkapa sää voivat vaikuttaa asiakkaan kokemukseen Suomen Kädentaidot 2014 -messuista.

Asiakastyytyväisyys on käsite mihin monet yritykset pyrkivät. Matkailuyrityksen toiminnan tavoitteena on tyytyväinen asiakas, joka palaa ja käyttää palveluja uudelleen. Asiakastyytyväisyyttä on tutkittu paljon ja täten on löydetty tekijöitä joiden myötä asiakastyytyväisyys syntyy. Asiakastyytyväisyys voi parhaimmillaan johtaa pitkäaikaisiin suhteisiin yrityksen ja asiakkaan välille, joten asiakastyytyväisyyden varmistaminen kaikissa asiakkaan kohtaamisissa tilanteissa on asiakassuhteiden kannalta tärkeää. Asiakkaan kokemukseen palvelusta vaikuttavat asiakkaan ja palveluyrityksen kohtaaminen sekä vuorovaikutus, fyysiset puitteet ja niiden tarjoama lisä aineettomiin palveluihin,

palveluyrityksen imago sekä asiakkaan maksama hinta (Puutiainen & Rouhiainen 2007, 172–173). Tässä opinnäytetyössä keskityn lähinnä fyysisiin puitteisiin ja niiden kehittämiseen, jotta asiakastyytyväisyyttä voitaisiin parantaa. Myös tapahtuman imagoon vaikuttavia tekijöitä tulee huomioida. Imago itsessään tarkoittaa yrityksen tietoisesti lähettämää kuvaa itsestään ulospäin. Mielikuva taas on kuva, joka asiakkaalle syntyy kun hän havainnoi yritystä ja se voi vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen (Puutiainen & Rouhiainen 2007, 175). Jos asiakkailla on mielikuva, että tapahtumassa joutuu jonottamaan pitkään, tilat ovat ruuhkautuneet ja opasteita on rajallisesti, he saattavat olla kokonaan ostamatta sisäänpääsyn tapahtumaan. Tällöin hän saattaa pelätä elämäksensä kärsivän edellä mainittujen tekijöiden vuoksi.

Fyysiset tilat ja ympäristö toimivat asiakkaalle näkymättömän ja aineettoman palvelun todistusaineistona. Asiakas hakee palvelusta sen aineellisia ja konkreettisia tekijöitä, joiden perusteella he tekevät johtopäätöksiä palvelusta. Tällaisia fyysisiä todisteita ovat muun muassa palveluyrityksen henkilöstö, palveluprosessit sekä niiden sujuvuus sekä muut fyysiset tekijät kuten sisustus, kalusteet ja siisteys. Fyysiseen ympäristöön kuuluvat myös painettu viestintä, laitteet, koneet ja muut teknologiset apuvälineet (Puutiainen & Rouhiainen 2007, 174). Jos tilat ovat ruuhkautuneet ja sotkuiset tai lipunosto sekä ravintolassa syöminen tuntuu asiakkaasta vaivalloiselta, hän saattaa lähteä Suomen Kädentaidot 2014 -messuilta tyytymättömänä tapahtuman fyysisiin tiloihin ja palveluprosesseihin. Asiakkaan voi olla helpompi perustaa tyytymättömyytensä esimerkiksi messuhallien ruuhkaisuuteen ja sekavuuteen kuin näkymättömiin tekijöihin kuten elämyksen tai kokemuksen kärsimiseen. Tämän vuoksi on tärkeää tarkastella messujen fyysisiä tiloja ja palveluprosesseja, jotta niistä voidaan tehdä sujuvia ja vaivattomia asiakkaalle.

Kävijähallinnan tavoitteena on useimmiten hallinnoida kävijävaikutteita samalla mahdollistaen kävijöiden pääsyn alueelle siten, että he voivat käyttää kohteen palveluita ja saavuttaa tyydyttävä kokemus vierailullaan (Fyall, Garrod, Leask & Wanhill 2008, 167). Kävijähallinnan avulla pyritään usein suojelemaan kohdetta kävijöiden aiheuttamilta tuhoilta kuten eroosiolta, kohteen kulumiselta ja tihutöiltä. Lisäksi hyvin toteutettu kävijähallinta voi parhaimmillaan vähentää henkilöstökustannuksia ja tuoda yritykselle enemmän tuloja. Tässä tutkimuksessa näkökulmana on antaa ideoita, miten Suomen Kädentaidot 2014 -messuja voidaan kehittää tulevaisuudessa, jotta siitä tulisi joustavampi ja sujuvampi kävijöille.

Kävijävaikutteet ovat haasteita, joita matkailukohteet kohtaavat jatkuvasti. Käytän tämän opinnäytetyön aikana kävijävaikutteista myös sanaa kävijähallinnalliset ongelmat. Aina kun tapahtuma on avoin kävijöille, kasvaa riski negatiivisille kävijävaikutteille (negative visitor impacts) kuten ruuhkautumiselle (overcrowding), kulumiselle (wear and tear), vaikutuksiin paikalliseen yhteisöön (impacts on local community), liikenne-ruuhkille (traffic-related problems) sekä kävijähallinnan vaikutukselle paikan autenttisuuteen (Impacts of visitor management on the authenticity of the attraction). Yleisesti ottaen voidaan todeta, että mitä suurempi kävijämäärä tapahtumalla on, sitä suurempi riski sillä on altistua negatiivisille kävijävaikutteille (Fyall ym. 2008, 166).

Kävijävaikutteista ruuhkautuminen riippuu pitkälti tapahtuman kapasiteetista ottaa vastaan kävijöitä. Kun tila ruuhkautuu, kävijät kokevat etteivät pysty liikkumaan tilassa vapaasti ja kun kävijöiden liikkuminen hankaloituu, alkaa syntyä pullokauloja ja jonoja esimerkiksi vessoihin, suosittujen kohteiden luokse tai ruokapaikkojen eteen. Ruuhkautumista voi ilmetä koko tapahtumassa tai sen eri osissa. Ruuhkautumista voi ilmetä myös tietyinä viikoppäivinä tai tiettyyn aikaan päivään (Fyall ym. 2008, 167). Huvi- puistot ovat hyviä esimerkkejä ruuhkautumisesta, sillä usein sitä esiintyy sesonkiaikana, suosittujen laitteiden luona ja oheispalveluiden kuten ravintoloiden ja kahviloiden edessä. Kulumisen ja repimisen kävijävaikutteisiin kuuluu tallominen, käsittely, kosteus, lämpötila, näpistely ja graffitit. Tallominen tarkoittaa kävijöiden kävelyn aiheuttamia tuhoja kohteen herkästi vahingoittuvissa paikoissa. Käsittely taas on usein kävijöiden tarkoituksellinen teko kosketella kosteilla sormilla esimerkiksi herkkiä taulumaalauksia museossa, vaikka teko olisikin kielletty kyltein (Fyall ym. 2008, 168). Esimerkkinä kulumisen uhalle on jokaisen suomalaisen tuntema tapahtuma Ruisrock, joka järjestetään vuosittain Ruissalon saarella, mikä taas on suurelta osin luonnonsuojelualuetta. Siksi Ruisrock pyrkiikin kannustamaan festivaalikävijöitä ekologisempaan käyttäytymiseen kannustamalla kävijöitä kierrättämään roskat ja hyödyntämään tuoppipantteja. Lisäksi kävijöille sallittu alue on rajattu luontoa ajatellen ja kävijöitä kannustetaan käyttämään julkisia kulkuvälineitä ja kimppakyytejä, jotta Ruissalon luonto ei joutuisi negatiivisten kävijävaikutteiden kohteeksi (Ruisrock 2014).

Monet kävijät saapuvat usein kohteeseen autolla tai bussilla, joista voi aiheutua erilaisia liikenteeseen liittyviä ongelmia kuten liikenne-ruuhkat, saastuminen, kasvava onnettomuuksien riski, lähiympäristön ja pihojen vahingoittuminen sekä esteettömyyden rajoittuminen ajattelemattomasti pysäköityjen autojen ja bussien vuoksi (Fyall ym. 2008,

169). Tapahtumien kävijävaikutteet voivat vaikuttaa myös paikalliseen yhteisöön. Huonosti parkkeeratut autot ja bussit voivat vaikeuttaa paikallisten liikkumista lähialueilla, mutta lisäksi kävijöillä voi olla myös sosiaalisia vaikutuksia yhteisöön. Tällaisia vaikutuksia voivat olla esimerkiksi kävijöiden ajattelematon kulku yksityisillä alueilla tai humaltuneiden kävijöiden häiriköivä käytös lähialueen ravintoloissa. Lisäksi ulkopaikkakuntalaiset kävijät voivat aiheuttaa ruuhkia paikallisille palveluille kuten ostoskeskuksissa, vapaa-ajan keskuksissa tai majoituspalveluissa. Paikallinen yhteisö saattaa ärsyntyä näistä vaikutteista ja kokea ulkopuoliset kävijät negatiivisena kokemuksena. Samaan aikaan on myös mahdollista, että paikallisella yhteisöllä voi olla negatiivisia vaikutuksia kävijöiden elämyksiin jos kävijät eivät koe olevansa tervetulleita tapahtumaan paikallisten ihmisten negatiivisen käytöksen vuoksi. Kävijähallinta itsessään voi vaikuttaa myös kohteeseen, sillä se saattaa viedä pois kohteen autenttisuutta. Mahdolliset opasteet tai esimerkiksi rampit saattavat viedä pois kohteen arkkitehtuurista viehätysvoimaa (Fyall ym. 2008, 169).

Suomen kädentaidot 2014 -messujen suhteen keskityn pääosin tungoksen ja liikenteseen liittyvien ongelmien minimointiin sillä nämä negatiiviset vaikutteet saattavat vaikuttaa kävijöiden kokemukseen tapahtumasta ja jos asiakas ei koe saavansa vastinetta rahoilleen, on mahdollista, että asiakas ei palaa messuille uudelleen tai suosittele tapahtumaa eteenpäin. (Fyall ym. 2008, 166).

Kävijähallintatekniikat ovat eri tekniikoita, joilla pyritään vähentämään kävijöiden aiheuttamia vaikutuksia sekä itse kohteeseen että lähiympäristöön. Kävijähallintatekniikat voidaan jakaa kahteen osaan; niihin, jotka ovat suunniteltu säätelemään tarjontaa ja niihin jotka on suunniteltu hallinnoimaan kysyntää. Näillä tekniikoilla yritetään kasvattaa tapahtuman tilan kapasiteettia vastaanottaa kävijöitä ilman, että tila itsessään vahingoittuisi tai kävijän kokemus kärsisi (Fyall ym. 2008, 170).

Jonojen hallinnointi on tekniikka, joka on usein ensimmäinen reaktio yrittää vähentää kysyntää, sillä useimmat muut kävijähallintatekniikat vievät enemmän aikaa toteuttaa. Nämä tekniikat eivät lyhennä jonotusaikaa, mutta ne tekevät siitä siedettävän. Tämän vuoksi jonojen hallintaa ei voida pitää pitkäaikaisena ratkaisuna ruuhkautumiselle ja tungokselle (Fyall ym. 2008, 171). Vieraillessani Pariisiin Disneylandissa helmikuussa 2014 huomasin mielenkiintoisella tavalla toteutettua jonojen hallintaa. Asiakkaiden huomio vietiin pois pitkistä jonoista tekemällä jonotuksesta elämys. Samalla kun asia-

kas joutui jonottamaan laitteeseen, hän kulki samalla eri tarinoiden läpi. Jonottaessaan asiakas näki näyttäviä lavasteita, valoesityksiä sekä puhuvia Disney-hahmoja, jolloin asiakas keskitti huomionsa tarinan kulkuun, ei niinkään jonottamiseen.

Saadessaan tarpeeksi aikaa, matkakohteet ja tapahtumat voivat toteuttaa eri menetelmiä tehdäkseen olemassa olevasta tilasta joustavamman. Tilasta voi tehdä joustavamman esimerkiksi pidentämällä aukioloaikoja ja lisäämällä henkilökunnan määrää tarpeen mukaan. Joissakin tapauksissa kysyntä voi olla niin suuri, että joudutaan miettimään fyysisen tilan lisäämistä pidemmällä tähtäimellä. Fyysistä tilaa voidaan lisätä esimerkiksi lisärakennuksella tai lisäsiiven liittämistä jo olemassa olevaan rakennukseen (Fyall ym. 2008, 172). Kävijävaikutteista kulumista säätelemään voidaan käyttää eri tekniikoita, joilla kulumista voidaan ehkäistä. Kulumista voidaan hallinnoida esimerkiksi palkkaamalla vartijoita eri tiloihin, kulkureittien rajaaminen köysien avulla sekä kieltokylttien käyttö (Fyall ym. 2008, 172). Kuluminen ei kuitenkaan ole Suomen Kädentaidot 2014 -messujen ilmeisin kävijähallinnallinen ongelma, joten kulumista sääteleviä tekniikoita ei ole välttämättä tarpeellista toteuttaa. Ehkä kaikista äärimmäinen keino hallinnoida kävijävaikutteita on rajoittavat menetelmät, jotka rajoittavat kohteessa vietettävää aikaa, ryhmäkokoja, kävijöiden määrää päivää kohden tai kaikkien näiden menetelmien yhdistelmät. Tällaisia menetelmiä voidaan käyttää yritettäessä hallinnoida ruuhkautumista sekä kohteen kulumista (Fyall ym. 2008, 172–173).

Kysyntää säätelevillä tekniikoilla pyritään vaikuttamaan kävijöiden määrään tai käytökseen, jotta kävijöiden vaikutusta kohteessa voidaan säädellä. Hintojen käyttö kannusteenä voi olla tekniikka, jolla kävijävirrasta saadaan tasainen ajankohdasta riippumatta (Fyall ym. 2008, 173). Esimerkiksi monesti huvipuistoissa sesonkiaika sijoittuu kesäkuukausille ja kevät sekä syksy ovat puistoissa hiljaisempia, vaikka huvipuistot olisivatkin silloin auki. Alhaisemmat hinnat hiljaisimpina kuukausina voi houkuttaa asiakkaita myös sesonkikauden ulkopuolella, kun taas hintojen nostaminen sesonkikuukausille vähentää painetta kohteessa. Näiden yllä mainittujen menetelmien lisäksi koulutuksella voi vaikuttaa vierailijoiden käytökseen. Kun kävijät ovat tietoisia käyttäytymisestään ja sen vaikutuksista, he osaavat paremmin muuttaa käytöstään oikeaan suuntaan. Ongelma koulutuksessa on se, että useimmiten kävijöitä vetää kohteeseen enemmänkin sen viihdearvo, ei koulutuksellinen. Vaikkakin kävijät motivoituvat oppiessaan uutta, päällimmäinen syy kävijälle tulla kohteeseen on pitää hauskaa ja rentoutua (Fyall ym. 2008, 175).

Vaikka kävijävaikutteita on useanlaisia, kaikki vaikutteet eivät välttämättä koske tämän tutkimuksen kohdetta. Täytyy muistaa opinnäytteen tavoite tehdä tapahtumasta kävijöille sujuvampi ja turvallisempi. Siksi myöhemmässä analyysivaiheessa tulen valikoimaan kävijävaikutteita, jotka koen koskevan Suomen Kädentaidot 2014 -messuja. Täten, vaikka jokin kävijävaikutteista ilmenisikin tapahtuman aikana, mutta se ei vaikuta tapahtuman sujuvuuteen ja turvallisuuteen, en koe, että sitä on tarpeellista mainita.

Kävijähallinnalla ja sen eri tekniikoilla voidaan mahdollisesti vaikuttaa konkreettiseen ja jopa laajennettuun tuotteen tasoon siten, ettei ydintuote, kuten asiakkaan elämys tai kokemus, kärsi. Tällainen tilanne saattaisi ilmetä jos ruuhkautuminen ja tungos johtaisivat siihen, että asiakas ei kykenisi nauttimaan tapahtuman tunnelmasta. Tämä taas saattaisi vaikuttaa hänen tyytyväisyyteen tapahtumasta.

2.3. Tutkimuskysymykset

Tutkimusongelma on usein muotoiltu kysymykseksi, johon tutkimuksessa haetaan vastausta. Mikään menetelmällinen ratkaisu ei voi olla ratkaisu kysymykseen vaan käyttökelpoisia vaihtoehtoja voi olla useita ja valinta niiden välillä voi olla haasteellista. Usein kuitenkin valinta tapahtuu lähestymistavan ja näkökulmasta riippuvien tavoitteiden ja voimavarojen asettamien rajoitusten yhteensovittamisen myötä (Heikkilä 2008, 14).

Selventääkseni opinnäytetyön tavoitteita, olen muodostanut tutkimuskysymyksiä, jotka toimivat ohjenuorana koko opinnäytetyöprojektin ajan:

- Mitä kävijähallinnallisia ratkaisuja yritys on jo aiemmilla Suomen Kädentaidot -messuilla tehnyt?
- Mihin kävijähallinnan osa-alueisiin pitää kiinnittää huomiota Suomen Kädentaidot -messuilla?
- Miten kävijähallintaa voidaan parantaa Suomen Kädentaidot -messuilla?

Ensimmäisellä kysymyksellä pyrin selvittämään mitä ratkaisuja yritys on jo tapahtumalle tehnyt ja miten ne ovat toimineet käytännössä. Tähän kysymykseen etsin vastauksia teemahaastattelun kautta. Tällä tavoin vältetään päällekkäisyyksiä myöhemmin, kun pyrin löytämään uusia ratkaisuja ongelmiin. Toisen kysymyksen tavoitteena on kartoittaa tapahtuman kävijähallinnallisia ongelmia keräämällä dataa omien havaintojen ja

palautteiden läpikäymisen avulla. Kolmas kysymys hakee ratkaisuja ongelmiin, joita toisessa kysymyksessä on etsitty.

2.4. Aineisto ja menetelmät

Tutkimusstrategiat voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään tutkimuksille ominaisten piirteiden mukaan; kokeellinen tutkimus, Survey-tutkimus sekä tapaustutkimus (case study) (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 130). Tätä tutkimusta voidaan pitää tapaustutkimuksena, jonka tyypillisiä piirteitä on yksityiskohtaisen tiedon haku yksittäisestä tapauksesta tai pienestä joukosta toisiinsa liittyviä tapauksia. Lisäksi piirteitä ovat yksittäisen tapauksen, tilanteen tai joukon valinta sekä yksilön, ryhmän tai yhteisön valinta kohteeksi. Tapaustutkimuksessa usein ollaan kiinnostuneita prosesseista ja yksittäistapauksista yhteydessä ympäristöön. Tutkimusmenetelminä tapaustutkimuksessa käytetään esimerkiksi havainnointia, haastatteluja sekä dokumenttien tutkimista (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 131). Omassa tutkimuksessani nämä piirteet ilmenevät siten, että tutkin yksittäistä tapahtumaa eli Suomen Kädentaidot -messuja ja siellä ilmeneviä ongelmia, joihin koetan löytää ratkaisuja. Tässä tapauksessa prosessi, jota tutkin on tapahtuman kulku avaushetkestä sulkemiseen ja miten kävijähallinnalliset ongelmat ilmenevät pitkin messupäiviä.

Tässä opinnäytetyössä käytän kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään selvittämään kohteen, esimerkiksi yrityksen tai asiakkaan, käyttäytymistä ja syitä päätöksentekoon. Tutkittavat kohteet ovat usein pienen määrän tapauksia, jotka valitaan usein harkitusti ja niitä pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan käyttää psykologian tai muiden käyttäytymistieteiden oppeja, jotta voidaan selvittää esimerkiksi asiakkaiden arvoja ja asenteita. Näitä voidaan soveltaa myöhemmin tuotekehittelyn tai markkinoinnin saralla. Kvalitatiivinen tutkimus soveltuu hyvin toiminnan kehittämiseen, vaihtoehtojen tutkimiseen tai sosiaalisten haasteiden tutkimukseen. Kvalitatiivisen tutkimuksen tunnuspiirre on myös se, että siinä pyritään pikemminkin löytämään tai paljastamaan tosiasioita kuin todentamaan jo olemassa olevia väitteitä. (Heikkilä 2008, 16; Hirsjärvi ym. 2008, 157.)

Tässä tutkimuksessa pyrin analysoimaan Suomen Kädentaidot 2014 -messujen kävijähallinnallisia ongelmakohtia ja yritän selvittää syitä niiden takana. Lisäksi koetan sovel-

taa kävijähallintatekniikoita, joiden avulla tällaisia ongelmia voitaisiin välttää tai ainakin minimoida mahdollisimman vähäisiksi. Näiden ongelmakohtien selvittämisen myötä Tampereen Messut Oy voi tulevaisuudessa miettiä, miten tapahtumaa voidaan kehittää siten, että aiemmissa tapahtumissa ilmenneitä ongelmia voitaisiin välttää.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa kerätään vähemmän järjestelmällisesti kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Aineistoa voi olla niin sanottua valmiita aineistoja kuten päiväkirjat, kirjeet tai omaelämäkerrat. Lisäksi tutkimusta varten kerätään aineistoa esimerkiksi lomakehaastattelujen tai avoimien keskusteluhaastattelujen avulla (Heikkilä 2008, 17). Selvittääkseni kävijähallinnallisia ongelmia, aion analysoida tapahtumasta aiemmin saatuja asiakaspalautteita, haastatella tapahtuman järjestäjiä ja käyttää osallistuvaa havainnointia.

Havainnointi tutkimuskeinona on työläs, mutta sen avulla voidaan saada suoraa ja välitöntä tietoa tutkimuskohteiden toiminnasta ja käyttäytymisestä. Havainnointia on kritisoitu tutkimusmenetelmänä siitä, että havainnoija saattaa häiritä tai muuttaa tilanteen kulkua (Hirsjärvi ym. 2008, 208). Itse aion käyttää osallistuvaa havainnointia, jolloin otan osaa tapahtumaan ja kävijöiden eri vaiheisiin samalla tavalla kuin kuka tahansa muu kävijä. En usko erottuvani satojen ihmisten joukossa tai vaikuttavani osallistuvalla havainnoinnilla tapahtumien kulkuun ja siten tutkimuksen tuloksiin.

Yhtenä aineistonkeruumenetelmänä on myös teemahaastattelu. Teemahaastattelulle tyypillistä on se, että aihepiirit eli teema-alueet ovat tiedossa, mutta kysymysten muoto ja järjestys eivät ole tarkkaan määritelty (Hirsjärvi ym. 2008, 203). Haastateltuani Tampereen Messut Oy:n teknistä päällikköä Mikko Savolaista Suomen Kädentaidot -messujen kävijähallinnallisista ongelmista aiemmissa tapahtumissa rajasin havainnointikriteerit kolmeen suurimpaan ongelmaan johon tulen kiinnittämään huomiota; liikenteeseen liittyviin ongelmiin, oheispalveluiden kuten aulojen, vessojen, hallien ja ravintoloiden ruuhkaisuuteen sekä opasteiden kehittämiseen. Nähtyäni miten nämä ongelmat ilmenevät käytännössä, koetan etsiä niihin mahdollisia ratkaisuja kävijähallintatekniikoiden avulla.

Palautteen analysointi on tärkeää, sillä kävijät voivat huomata asioita, joita järjestäjät eivät välttämättä huomaa. Jos useassa palautteessa esimerkiksi mainitaan aulojen ruuhkaisuus tai jonotusaikojen liiallinen pituus, voidaan päätellä, että näihin asioihin on syy-

tä kiinnittää huomiota. Uskon myös, että oma tarkkailuni tapahtumassa on tärkeää, sillä saatan huomata ongelmakohtia joita kävijät tai järjestäjät eivät huomaa. Koen, että voin keksiä myös innovatiivisempia ideoita ongelmakohtien ratkaisuun itse paikan päällä, kun pääsen näkemään millä tavoin tapahtuma käytännössä toimii.

Keräämääni aineistoon pyrin soveltamaan kävijähallintatekniikoita ja haen ratkaisuja löytämiini ongelmiin niiden avulla. Kävijähallintavaikutteita ja eri kävijähallintatekniikoita tullaan käyttämään messujen analysointiin työn neljännessä ja viidennessä kappaleessa.

Analysoidakseni keräämääni aineistoa käytän SWOT -analyysiä. SWOT -analyysi on yksinkertainen ja tiivistävä työkalu, jolla voi saada kokonaisvaltainen kuvan tapahtuman vahvuuksista (strengths), heikkouksista (weaknesses), mahdollisuuksista (opportunities) ja uhista (threats) kävijähallinnan näkökulmasta (Johnson, Whittington & Scholes 2011, 106).

2.5. Tutkimukset kulku

Tutkimuksen kolmannessa luvussa esitellään Tampereen Messut -konserni johon kuuluu muuan muassa kokous- ja kongressipalveluja tuottava tytäryhtiö Tavicon sekä ravintolapalveluita tuottava Finnresta. Tampereen Messu- ja Urheilukeskus esitellään samassa kappaleessa ja lukijalle kerrotaan myös hieman Messu- ja Urheilukeskuksen tulevaisuuden näkymiä ja suunnitelmia. Lisäksi Suomen Kädentaidot -messujen aiempia vuosia ja ohjelmistoa esitellään samassa kappaleessa.

Neljännessä luvussa haetaan vastauksia ensimmäiselle tutkimuskysymykselle teema-haastattelun ja aiempien kävijäraporttien avulla. Lisäksi toiselle tutkimuskysymykselle pyritään etsimään vastauksia esittelemällä tuloksia haastattelun, palautteiden analysoinnin ja omien havaintojen kautta. Tutkimuksen viidennessä luvussa sovelletaan kävijähallintatekniikoita tapahtumassa ilmeneviin ongelmiin ja annetaan toimenpideehdotuksia, jotta opinnäytetyön kolmanteen tutkimuskysymykseen voidaan saada vastauksia.

Kuudennessa luvussa analysoin messuja SWOT -analyysiä käyttäen ja analysoin sitä kävijähallinnallisesta näkökulmasta. Lisäksi teen yhteenvedon opinnäytetyöstä tässä

kappaleessa, sillä koen että, SWOT -analyysi on hyvä työkalu tiivistää tutkimuksen tulokset yhteen kappaleeseen. Tutkimuksen seitsemäs luku pitää sisällään pohdinnan, jossa pohdin tutkimuksen kulkua ja sen eri prosesseja, tutkimuksen tuloksia ja muuttujia.

3 TAMPEREEN MESSUT -KONSERNI JA SUOMEN KÄDENTÄIDÖT - MESSUT

3.1. Tampereen Messut Oy

Tampereen Messut Oy ovat Suomen toiseksi suurin messujen järjestäjä. Yhtiö järjestää ympäri vuoden ammatti- ja kuluttajamessuja sekä konsertteja Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksessa. Yhtiön järjestämissä messutapahtumissa käy vuosittain yli 150 000 kävijää ja näytteilleasettajia on yli 3000 eri messutapahtumissa. Tavoitteena yhtiöllä on järjestää tapahtumia, jotka vastaavat kävijöiden ja näytteilleasettajia tarpeita sekä pyrkii tuottamaan niihin soveltuvia palveluita. Tampereen Messut -konserniin kuuluu myös omana yksikkönä toimiva Finland Events sekä tytäryhtiöt Tavicon Oy sekä Finland Restaurants Oy- Finnresta. Konsernin liikevaihto oli vuonna 2013 10,8 miljoonaa euroa ja liikevoitto yli 1 miljoonaa euroa. Lisäksi konsernin henkilöstömäärä on 43 työntekijää (Järvensivu 2014).

3.1.1 Yrityksen taustaa

Ensimmäiset varsinaiset messut Tampereella järjestettiin vuonna 1950, kun yrittäjillä oli tarve löytää paikka jossa esitellä ja markkinoida tuotteitaan. Nämä ensimmäiset yleis-messut järjestettiin Aleksanterin kansakoulun, Reaalilyseon ja Tampereen yhteiskoulun tiloissa ja kävijöitä oli tuolloin 115 000 sekä näytteilleasettajia yli 300. Vuonna 1980 järjestettiin Tampereen Messut Oy:n ensimmäiset erikoismessut. Huhtikuussa järjestettiin Loma -messut, toukokuussa vaatetus- ja kenkäteollisuuden koneiden ja laitteiden Omta -näyttely sekä hotelli- ja ravintola-alan Resta -tapahtuma (Järvensivu 2014).

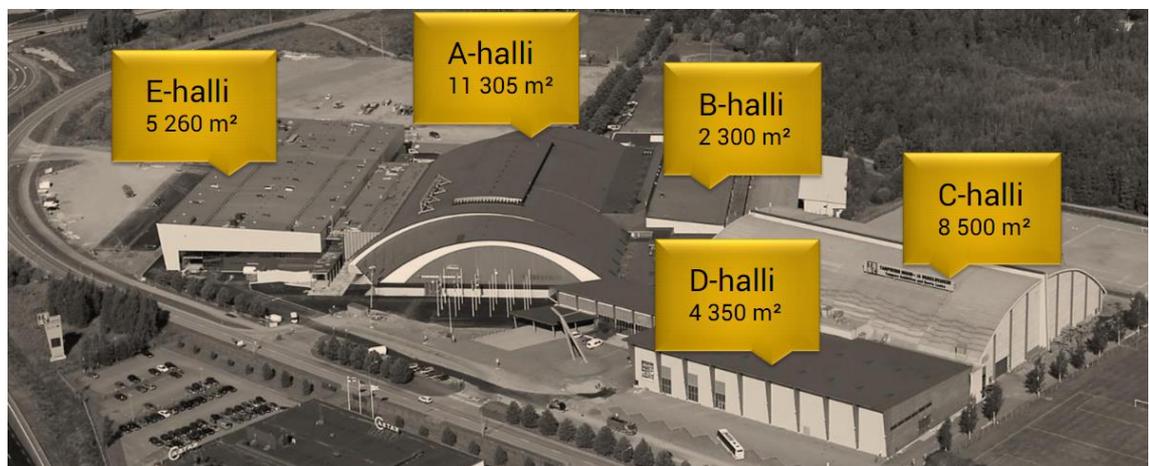
Vuonna 1985 valmistui Pirkkahalli johon Tampereen Messut Oy:n toimintakin siirtyi ja vuonna 2003 Tampereen Messut Oy:n toimisto muutti Pirkkahallin yhteyteen. Tampereen Messu- ja Urheilukeskus perustettiin vuonna 2005 ja seuraavana vuonna Pirkkahallin nimi muuttui virallisesti Tampereen Messu- ja urheilukeskukseksi. Vuonna 2006 valmistui myös D-halli, jonka yhteydessä olivat myös uudet seminaari- ja kokoustilat. Syksyllä 2010 saatiin päätökseen pysäköintialueen laajennustyöt, jonka myötä parkkipaikkoja Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksessa on noin 4000. Uusin E-halli valmistui vuonna 2013, joka toimii messujen ja tapahtumien ensisijaisena järjestämispaikkana,

minkä ansiosta muissa halleissa urheilukautena tapahtuva toiminta toimisi mahdollisimman katkotta (Järvensivu 2014).

3.2. Tampereen Messu- ja Urheilukeskus

Kuten edellisessä kappaleessa jo mainittiinkin, Tampereen Messu- ja Urheilukeskus Oy (TESC) perustettiin vuonna 2005 ja omistajina toimivat Tampereen kaupunki sekä Tampereen Messut Oy. Tampereen Messu- ja urheilukeskuksen toimitusjohtajana toimii Hannu Vähätalo ja vuonna 2013 yrityksen liikevaihto oli 2,9 miljoonaa euroa (Tampereen Messut Oy 2014).

Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksessa on viisi hallia sekä 14 kokous- ja seminaaritalaa ravintolapalveluineen. Halleista uusin on vuonna 2013 avattu E-halli, jolla on omat pohjoinen ja eteläinen sisäänkäynti A-hallin pääsisäänkäynnin lisäksi. Uusi E-halli mahdollistaa urheilu- ja messutapahtumien samanaikaisuuden. E-hallissa sijaitsee yritysten logistiikka- ja varastotilat mikä helpottaa tapahtumien nopeaa rakentamista ja purkua (Tampereen Messut Oy, 2014).



KUVA 1. Kuvakaappaus yrityksen esittelymateriaalista (Tampereen Messut Oy 2014).

Tulevaisuuden suunnitelmissa Tampereen Messu- ja urheilukeskuksella on oma hotelli keskuksen läheisyyteen ja saavutettavuuden parantaminen pysäköinnin ja joukkoliikenteen avulla. Visio vuodelle 2030 on laajentaa Messu- ja Urheilukeskusta entisestään rakentamalla F-halli sekä mahdollistaa edellä mainittu saavutettavuus omalla parkkihallilla. Lisäksi visiona on tulla Euroopan parhaaksi messu- ja urheilukeskukseksi vuonna 2030 (Tampereen Messut Oy, 2014).

3.3. Suomen Kädentaidot -messut

Suomen Kädentaidot -messut ovat Euroopan suurimmat käsi- ja taideteollisuusmessut, jossa kävijöitä on vuosittain yli 36 000. Messut järjestetään yhteistyössä Tampereen Messut Oy:n ja Taito Pirkanmaa ry:n kanssa jo 19. kerran. Vuoden 2014 messuilla järjestetään samaan aikaan neljännet koko perheen taidetapahtuma Tampereen Taidemessut (Tampereen Messu- ja Urheilukeskus 2014a).

Suomen Kädentaidot -tapahtumakokonaisuus on suurin kuluttajamessutapahtuma, jonka Tampereen Messut Oy on järjestänyt viime vuosikymmenellä. Heikosta taloudellisesta tilanteesta huolimatta tapahtuma saavutti vuonna 2013 historiansa toiseksi suurimman kävijämäärän jääden vain muutaman sadan kävijän päähän vuoden 2011 ennätyksestä. Tapahtuma onkin Tampereen lippulaiva kuluttajatapahtumien osalta (Tampereen Messu- ja Urheilukeskus 2013).

Vuoden 2014 Kädentaidot -messujen ohjelma on laaja. Kädentaidot -messuilla on 660 näytteilleasettajaa ja Tampereen Taidemessuilla 85 näytteilleasettajaa ja tapahtumassa myönnetään käsityöalan palkintoja kuten Taito-Finlandia 2014 – palkinto, Vuoden Artesaani ja Suomen Kädentaidot Uutuustuote -palkinto. Kansainvälisen tunnelman tuovat saksalaiset Myboshi -ilmiön luojat Felix ja Thomas kun taas kotimaiset tähdet kuten muotisuunnittelija Mert Otsamo avaa ja Saimi Hoyer juontaa messujen avajaiset (Tampereen Messu- ja Urheilukeskus 2014b). Lisäksi muotinäytökset, teemakahvilat ja eri näyttelyt takaavat sen ettei kävijöiltä lopu näkeminen ja tekeminen kesken (Tampereen Messut Oy 2014).

4 KÄVIJÄHALLINNALLISTEN ONGELMIEN KARTOITUS

4.1. Teemahaastattelu ja kävijäpalautteiden läpikäyminen

Yksi tämän opinnäytetyön tavoitteista oli kartoittaa kävijähallinnallisia ongelmia ja kävijävaikutteita, joita Suomen Kädentaidot 2014 -messuilla ilmeni. Lisäksi oli tärkeää saada selville mitä yritys on jo tehnyt suuren kävijämäärän hallinnoimiseksi, jotta päällekkäisiä kehitysehdotuksia ei synny. Haastattelin Tampereen Messut Oy:n teknistä päällikköä Mikko Savolaista 3.11.2014. Haastattelun teemoina olivat tapahtuman kävijähallinnalliset ongelmat aiempina vuosina ja toimenpiteet, joita messujen sujumuuden varmistamiseksi on jo tehty. Lisäksi Suomen Aktiivitieto Oy:n toimesta keräämiä kävijäpalautteita Tampereen Messut Oy:n palautejärjestelmään analysoitiin.

Mikko Savolaisen haastattelun teemoina olivat kävijähallinnan ongelmat aikaisempina vuosina ja miten niihin on pureuduttu. Lisäksi keskustelimme siitä, mitkä ovat suurimpia ongelmia, joihin tulisi kiinnittää huomiota tulevilla messuilla. Kuten Fyall, Garrod, Leask ja Wanhill (2008) mainitsevat teoksessaan, liikenneongelmat voivat olla matkailukohteessa jatkuvia tai ne voivat ilmetä satunnaisesti pitkin päivää. Täytyy myös ottaa huomioon, että tällaiset ongelmat voivat rajoittaa itse kohteeseen pääsyä. Lisäksi liikenneongelmat voivat laajeta ympäri paikallista seutua, erityisesti jos parkkipaikkojen määrä kohteessa on rajallinen (Fyall ym. 2008, 169). Savolaisen (2014) mukaan kyseisten messujen suurin ongelma on juurikin liikennemuukkat ja pysäköintipaikkojen rajallisuus. Parkkipaikkoja Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksessa on noin 3500, mutta messuja varten Messu- ja Urheilukeskuksen läheisyydessä sijaitsevan firman parkkipaikka on saatu myös käyttöön, mikä lisää parkkipaikkojen määrää viidelläsadalla paikalla. Tämä ei kuitenkaan vielä ratkaise liikenteeseen liittyviä ongelmia vaan kävijät tulisi saada käyttämään julkisia kulkuvälineitä, mikä tässä tapauksessa tarkoittaa Tampereen joukkoliikenteen busseja. Messuja varten Tampereen joukkoliikenne on lisännyt ylimääräisiä Y-vuoroja kulkemaan Tampereen Keskustorilta Messu- ja Urheilukeskukselle rautatieaseman kautta. Bussiyhteyksien merkitys korostuu näin suuressa tapahtumassa, sillä Messu- ja Urheilukeskus sijaitsee syrjässä eikä sinne kulje muita julkisia kulkuvälineitä. Liikennemuukkat aiheuttaa myös se tosiasia, että Messu- ja Urheilukeskukseseen on vain yksi väylä, Ilmailunkatu, jolloin kyseinen tie pakkautuu suurimpina ruuhka-ajankohtina kuten avaushetkenä ja klo. 12–14 välillä, kun aamupäivän kävijät ovat lähtemässä ja

iltapäivän kävijät saapumassa messuille. Liikenteen ruuhkia on pyritty aikaisempina vuosina ehkäisemään liikenteenohjauksella sekä ohjaamalla matkanjärjestäjien ryhmäkävijäbussit omalle sisäänkäynnille.

Hinnoittelua ja markkinoinnin eri keinoja voidaan käyttää, jotta kysyntää voidaan hallita. Kohdetta tai tapahtumaa voidaan markkinoida eri tavoin siten, että kävijöitä saataisiin käymään myös hiljaisimpina päivinä sekä lisäksi markkinoinnin avulla voidaan saada enemmän esimerkiksi ryhmälippujen ostajia (Fyall ym. 2008, 174). Tampereen Messut Oy on markkinoinut messupäivistä perjantaita ryhmäkävijöille, jotta mahdollisimman monet ryhmäkävijät tulisivat silloin eikä lauantaina, jolloin väkimäärä on joka tapauksessa suuri. Lisäksi kävijävirtaa on pyritty tekemään tasaiseksi sijoittamalla vetovoimaisia ohjelmanumeroita aamupäivälle sekä iltapäivälle, mutta ei keskelle päivää jolloin kävijöitä on muutenkin paljon. Lisäksi lauantain sisäänpääsylippu on hinnoiteltu hieman korkeammaksi kuin muiden päivien lippu, minkä tarkoituksena on kannustaa hintatietoiset kävijät tulemaan muina päivinä (Savolainen 2014).

Liikenteeseen liittyvien ongelmien lisäksi haastattelun aikana nousi esiin myös aulojen ruuhkautuminen, opasteet ja niiden sijoittelu. Lisäksi messujen oheispalvelut kuten ravintolat ja vessat ruuhkautuvat muutaman tunnin sisälläolon jälkeen. Ravintoloiden sekä vessojen ruuhkautuminen on lähes väistämätöntä missä tahansa tapahtumassa. Ravintoloiden ruuhkautumista on pyritty ehkäisemään tekemällä lisäämällä Messu- ja Urheilukeskuksen omien ravintoloiden ja kahviloiden lisäksi erillisiä vain messujen aikana toimivia kahviloita. Jonoja on pyritty tekemään sujuviksi vähentämällä kahviloiden valikoimaa, jotta päätöksenteko sujuisi mahdollisimman nopeasti. Tällä tavoin Tampereen Messut Oy on käyttänyt kävijähallintatekniikoita, joilla eri tiloista on tehty joustavampia.

Suuria opasteita on pyritty messuilla sijoittamaan korkealle hallien kattoihin ja matalammassa tiloissa, kuten auloissa, silmäkorkeuden yläpuolelle (Kuva 2). Kuva 3 havainnollistaa erikokoisten Led-näyttöjen käyttöä opasteina, joissa tiedon määrää pystytään lisäämään tai vähentämään tarpeen mukaan (Savolainen 2014).



Kuva 2. Kiinteä opaste A-hallin katossa ohjaa E-halliin (Sofia Ala-Rantala 2014).



Kuva 3. Opasteina toimivat näytöt vaihtuvine teksteineen. (Sofia Ala-Rantala 2014).

Kävin läpi myös Suomen Aktiivitiето Oy:n keräämiä kävijäpalautteita aikaisempina vuosien Kädentaidot -messuilta löytääkseni kävijähallinnallisia ongelmakohtia. Palautteita oli kerätty vuosien 2010, 2011, 2012, 2013 sekä tämän vuoden 2014 messuilta. Kävijäraportit eivät itsessään sisältäneet kysymyksiä kävijähallinnasta, mutta poimin avoimista kohdista kävijöiden palautteita, joihin kävijähallintatekniikoita voidaan soveltaa. Aikaisempina vuosien palautteista sain poimittua muutamia ongelmia, joita kävijät olivat pistäneet merkille. Kuten aikaisemmin jo mainittiin, tulimme myös Mikko Savolaisen kanssa siihen tulokseen, että tapahtuman suurin ongelma on liikenteeseen liittyvät haasteet. Myös kävijät kokivat julkisten kulkuyhteyksien olevan puutteellisia ja että niitä tulisi kehittää tulevaisuudessa. Muutamat kävijät mainitsivat sisääntulojen ruuhkaisuuden ja sekavuuden ongelmaksi. Monet kokivat myös, että oheispalveluiden kuten kahviloiden, ravintoloiden sekä vessojen jonot olivat liian pitkät (Suomen Aktiivitiето Oy 2010, 2011,2012,2013,2014).

Myös opasteita muutamit kävijät olisivat kaivanneet lisää. Vuoden 2013 Suomen Kädentaidot -messujen palautteista saattoi huomata, että samana vuonna avattu E-halli toi monen kävijän mielestä kaivattua muutosta tapahtumaan. Monet kävijät mainitsivat olevansa tyytyväisiä siihen, miten tilaa ja valikoimaa oli enemmän aiemman vuoden messuihin verrattuna (Suomen Aktiivitiето Oy 2010, 2011,2012,2013,2014). Voi siis todeta, että fyysisen tilan lisääminen kävijähallintatekniikkana on ollut toimiva. Täytyy ottaa kuitenkin huomioon palautteita läpi käydessä, että uutta E-hallia ei ole ollut vuosina 2010, 2011 tai 2012 käytössä. Tämän myötä kaikki annetut palautteet eivät välttämättä päde vuoden Kädentaidot 2014 -messuilla, jossa uusi halli on käytössä. Vuoden 2014 palautteissa nousi kuitenkin esiin aiemmin esiteltyjä puutteita, mistä saattaa huomata, että vaikka tilaa on tullut lisää uuden hallin muodossa, monet kävijähallinnalliset ongelmat ovat säilyneet (Suomen Aktiivitiето Oy, 2014).

4.2. Havainnointi messuilla

Osallistuin itse messuille perjantaina 14.11. ja lauantaina 15.11.2014. Koin erityisen tärkeäksi olla lauantaina paikalla, sillä kyseinen päivä on ollut aikaisempina vuosina kävijämäärältään suurin. Tämän vuoksi kävijähallinnalliset ongelmatkin ehkä ilmenivät silmiinpistävimmin. Koin myös, että osallistuva havainnointi oli paras keino kerätä aineistoa sekä huomata asioita, joita ei aikaisemmin ollut tullut esiin. Lisäksi ongelmiin oli helpompi keksiä ratkaisuja kun pääsi näkemään, miten ne käytännössä toteutuivat.

Ehkä suurin havaintoni tapahtui heti perjantaina aamulla kun olin itse matkustamassa bussilla tapahtumaan. Jouduin odottamaan bussia puoli tuntia muutaman muun messukävijän kanssa, sillä Messu- ja Urheilukeskukseen menevät bussit ajoivat pysäkkimme ohi ollessaan ääriään myöden täynnä. Kävin epämuodollista keskustelua erään naishenkilön kanssa, joka omien sanojensa mukaan on käynyt Suomen Kädentaidot -messuilla lähes joka vuosi siitä lähtien kun niitä on järjestetty. Hän kertoi minulle, että ongelma bussien kanssa on säilynyt vuodesta toiseen samana. Eräs kävijä oli myös kertonut infossa työskentelevälle työntekijälle, että Tampereen Keskustorilla oli perjantai-aamuna ollut kymmenien metrien pituiset jonot busseihin, jotka menevät kyseisille messuille. Oli kävijän kommentti sitten liioiteltua tai ei, tein tärkeän havainnon; aikaisempien tiedonkeruumenetelmien kautta olin ymmärtänyt, että ongelmana oli se, että kävijät eivät käytä julkisia kulkuvälineitä ja heidät tulisi saada käyttämään niitä parkkipaikkojen ollessa rajallinen. Varsinainen ongelma kuitenkin olikin se, että tarjonta ei vastaa nykyistä kysyntää.

Täytyy ottaa huomioon, että matkailupalvelujen tuottamisessa on ominaista se, että kysyntä ja tarjonta ovat monesti huipussaan eri aikoina. Esimerkiksi matkailupalvelujen tuottaminen on usein riippuvainen asiakkaiden käytettävissä olevasta ajasta ja toisaalta myös esimerkiksi säästä (Komppula & Boxberg 2002 11). Suomen Kädentaidot 2014 -messuilla kysyntää busseille olisi siis selvästi aamupäivällä ollut, jolloin busseja ei ollut tarpeeksi tarjolla. Sama ilmiö toistui pois lähtiessäni; kun perjantaina lähdin klo. 13.00. takaisin kohti Tampereen keskustaa, bussi oli jo Messu- ja Urheilukeskuksen pysäkillä täyteen ahdettu eikä kaikille iäkkäimmillekään matkustajille riittänyt istumapaikkoja. Oma kokemukseni oli, että bussilla messuille tulo oli vaivalloista ja uuvuttavaa. Jos ongelma on ollut sama jo aikaisempina vuosina, jotkut potentiaaliset kävijät saattavat jättää kokonaan tulematta tapahtumaan kulkuyhteyksien ollessa rajalliset.

Lauantaina 15.11. minulla oli ylimääräisenä silmäparina havainnoimassa Anu Nieminen, joka oli kanssani Tampereen Messut Oy:ssä harjoittelussa keväällä 2014. Koin, että avustaja tuli tarpeen erityisesti avaushetkellä, sillä hän päivysti pohjoisen sisäänkäynnin luona ja minä pääsisäänkäynnin luona messujen avaushetkellä. Ylimääräinen perspektiivi oli tervetullutta, sillä monesti oma näkemys voi olla kapeakatseinen ja urautunut ja joku, joka seuraa tapahtumaa oman näkemykseni ulkopuolelta voi nähdä asiat eri tavoin. Niemiseltä sainkin monia hyviä havaintoja, joita en itse ollut tullut huomanneeksi

projektin aikana. Lauantain koinkin olevan kaikista tuottoisin messupäivä aineistonkeruun puolesta ja löysimme sekä isoja ongelmia, joita tulisi korjata kuten myös pienempiä, yksityiskohtaisempia ongelmia.



Kuva 4. Messuvieraiden täyttämä pääaula avaushetkellä. (Sofia Ala-Rantala 2014)

Kun kävijöiden kysyntä ylittää tapahtuman kapasiteetin vastaanottaa kävijöitä, jonoja alkaa muodostua. Tyypillisesti jonoja muodostaa sisäänkäynnin luokse tai autojonoja pääportin eteen. Jonoilla voi olla useita käänteisiä vaikutuksia kävijöiden kokemuksiin (Fyall ym. 2008 171). Suomen Kädentaidot 2014 -messujen kapasiteettia koeteltiin noin puoli tuntia ennen messujen avaushetkeä, sillä pääsisäänkäynti oli täynnä messuvieraita. Asiakkaat seisoivat yhdessä kasassa ilman minkäänlaista jonojen hallintaa (Kuva 4). Eräs kävijä kertoikin, että häntä harmittaa aulojen ruuhkaisuus sekä ihmisten etuilu. Aiempina vuosina hän ei kuitenkaan ole käyttänyt hiljaisempaa pohjoisen sisäänkäyntiä, sillä omien kokemustensa mukaan siellä ei ole tarpeeksi lipunmyyntipisteitä auki, jotta jonot liikkuisivat nopeammin. Myös pääaulan narikka jäi ikävästi sivuun, jolloin kävijät eivät tuntuneet olevan varmoja, viedäkö takki ensin narikkaan ja sitten vasta jonottaa messulippuja vai toisin päin. Ongelmana oli myös se, että lipunmyyntipisteitä oli pääaulassa kahdessa tasossa, jolloin asiakkaat helposti jäivät odottamaan etummaisina oleville lipunmyyntipisteille eivätkä ymmärtäneet, että takanakin olevat lipunmyyntipisteet olivat myös auki. Lipunmyyjät ohjasivat kuitenkin ahkerasti kävijöitä myös taaempaan oleville lipunmyyntipisteille. Fyall, Leask, Garrod ja Wanhill (2008) korostavat, että aulojen ruuhkaisuudella ja jonotuksen toimimattomuudella voi olla harmillisia vaikutuksia.

tuksia; osa kävijöistä voi kokea, että heidän elämyksensä tapahtumasta heikentyy, sillä heidän täytyy odottaa huomattava aika jonottaessa joko päästäkseen sisään tai nähdäkseen tietyn osan tapahtumasta. Osa potentiaalisista kävijöistä taas voi kääntyä ovelta nähdessään jonon sisäänpääsyn luona. Osa taas voi liittyä jonoon ja tylsistyä hitaan etenemisen vuoksi ja lähteä lopulta pois. Jotkut potentiaalisista kävijöistä taas voi jättää kokonaan tulematta tapahtumaan, koska se on saanut maineen pitkistä jonoista. Pitkillä jonoilla voi olla myös vaikutus henkilökuntaan; päästäkseen eroon pitkistä jonoista, henkilökunta käyttää vähemmän aikaa yksittäistä kävijää kohtaan ja tietyt aikaa vievät piirteet palvelussa täytyy jättää väliin kokonaan. Tällä voi olla myös vaikutusta asiakas-tyytyväisyyteen jos kävijä ei koe saavansa yksilöllistä ja hyvää palvelua (Fyall ym. 2008, 171).

Pohjoisen sisäänkäynnin luona avaushetkellä lipunmyynti sujui melko ongelmitta. Tosin hieman ennen avaushetkeä muutamia viime hetken näytteilleasettajia käveli väkijoukon läpi. Tämä saattoi aiheuttaa joillekin kävijöille mielikuvan etuilevistä asiakkaista, jotka kuitenkin päästetään sisään. Näytteilleasettajia tulisi ohjeistaa tulemaan ajoissa paikalle tai vastaavasti laittaa pohjoisen sisäänkäynnin luokse heille oma ilmoittautumispiste. Suurempi ongelma pohjoisen sisäänkäynnin luona oli narikoiden opastus. Heti sisään-tulon luona oli narikka, johon jono ei muodostunut järkevästi kun taas hieman sivussa oleva toinen narikka oli tyhjillään. Toiselle narikalle ei ollut opasteita, mutta muutama narikan työntekijä kävi ohjaamassa kävijöitä sivussa olevalle narikalle. Se ei tuonut kuitenkaan pitkäaikaista ratkaisua vaan hieman myöhemmin myös osa kävijöistä opasti jonottavia messuvieraita sivussa olevan narikan luokse. Mielestäni opasteiden käyttöä tulee harkita siinä vaiheessa, kun messuvieraat itse joutuvat opastajan rooliin.

Noin klo. 10.00, eli tunti messujen aukeamisen jälkeen, avaushetken ruuhka alkoi rauhoittua. Halleissa oli mielestäni tilaa sopivasti liikkua ja väkijoukko soljui rauhalliseen tahtiin. Oikeastaan missään hallissa ei syntynyt pullonkauloja, joihin kävijät olisivat pysähtyneet ja läpikulku olisi vaikeutunut. Kuitenkin noin klo. 11.00–12.00 ruuhkaa alkoi taas syntyä aulojen lipunmyyntipisteisiin ja kulkeminen pääaulassa alkoi olla jo hieman vaivalloista. Ottaen kuitenkin huomioon suuren väkimäärän, kulku ei ollut vielä mahdotonta eikä minun tarvinnut pysähtyä väkimassojen vuoksi. Pahinta ruuhka oli noin klo. 13.00 kun aamupäivän kävijät alkoivat lähteä, kun taas iltapäivän kävijät alkoivat soljua messuille. Tällöin kulku alkoi olla haastavaa ja osa kävijöistä saattoi turhautua tai jopa ahdistua siitä, että kulku haluttuun pisteeseen vei aikaa ja suositun näyt-

teilleasettajan osastollekin joutui jonottamaan päästäkseen katsomaan heidän valikoi-
maa. Tässä kohtaa jotkut messukävijät saattoivat kokea elämyksensä kärsivän tilan
puutteen vuoksi.

Täytyy kuitenkin muistaa, että ruuhkautumisen tunne on varsin subjektiivinen asia. Eri
tilat voivat tuntua toiselle ruuhkautuneilta kun taas joku toinen ei koe tilan olevan ruuh-
kautunut. Tämä asia täytyy ottaa huomioon myös jonotusajassa; mikä tuntuu toiselle
liian pitkältä jonolta voi tuntua toisesta hyväksyttävältä ja jonottavat siinä mielellään.
Kuitenkin ruuhkautuneen tapahtuman vuoksi kävijöiden kyky arvostaa tapahtuman
luonnetta voi heikentyä tai he eivät välttämättä koe saavansa mahdollisuutta nähdä ja
kokea kaikkea mitä he haluavat, joilla on vaikutusta asiakastyytyväisyyteen (Fyall ym.
2008, 167). Tämän vuoksi asiaa ei kannata jättää huomioimatta, sillä ruuhkautumisen
vaikuttaessa asiakastyytyväisyyteen, asiakas ei välttämättä palaa seuraavana vuonna
messuille eikä suosittele messuja muille.

Messujen opasteissa huomasi myös hieman puutteita. Poislähtijöille oli oma uloskäynti
pääaulan sivussa, mutta järjestelyissä ei oltu otettu huomioon Messu- ja Urheilukeskuk-
sen omia ulos ohjaavia kylttejä, jolloin saattoi saada käsityksen, että myös sisääntulo-
ovista saattoi myös lähteä ulos (Kuva 5). Ajatus omasta uloskäynnistä kävijöille oli siis
hyvä idea, jotta kaksisuuntainen käynti pääaulan ovien luona vähenisi, mutta harhaan-
johtavat opasteet saattoivat viedä pois erillisen uloskäynnin tehoa.



Kuva 5. Harhaanjohtavat Messu- ja Urheilukeskuksen omat opasteet (Sofia Ala-Rantala 2014).



Kuva 6. A-hallin Kastrup -ravintolan asiakkaat jonottavat lounasbuffetiin (Sofia Ala-Rantala 2014).

Ravintolat ja kahvilat alkoivat ruuhkautua kello 12.00 aikaan. Ruuhka kesti pitkälle iltapäivään, sillä vierailimme ravintoloissa noin kello 15.00 ja A-hallin Kastrup -

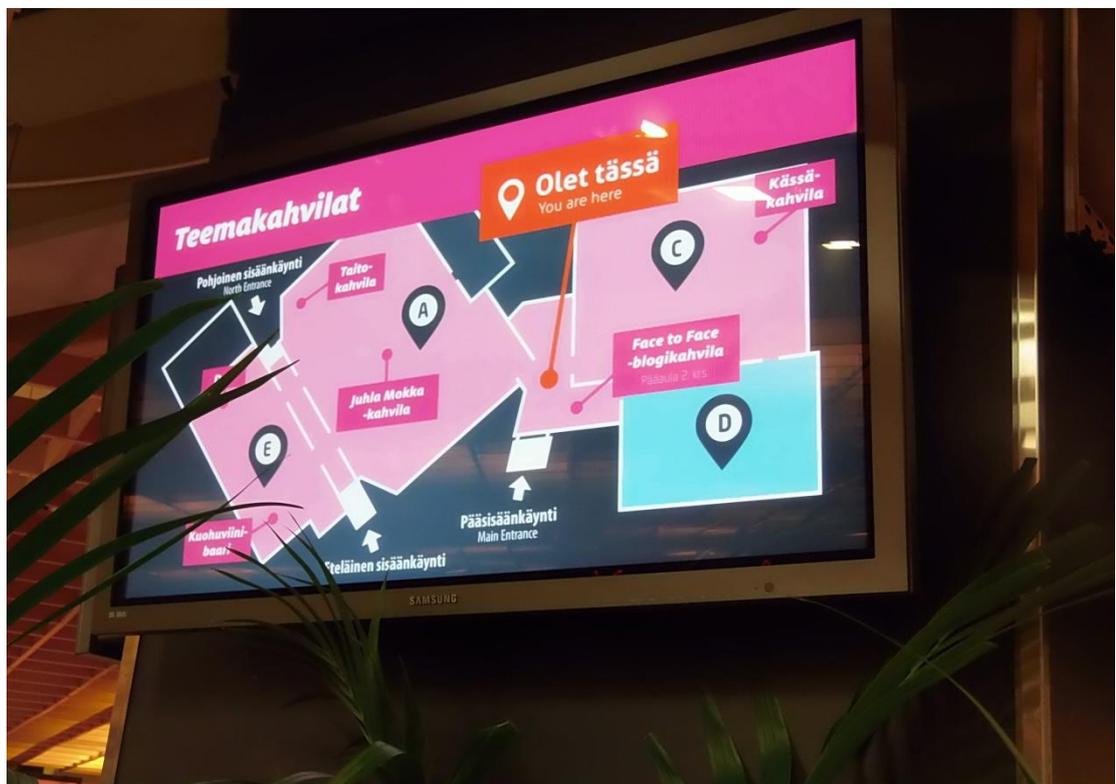
ravintolaan oli vieläkin pitkät jonot. Ravintola Kapstrupin ongelma oli mielestäni se, että kävijät jäivät jonottamaan ensimmäiselle maksupisteelle eivätkä huomanneet hieman kauempana olevaa maksupistettä, jolloin jonot olisivat soljuneet nopeammin (Kuva 6). E-hallin Barcelona -ravintolassa ongelmana oli taas ohjastamisen puute. Jono muodostui ruokalinjaston nurkan taakse sekä ravintolan sisäänkäynnin eteen, jolloin poislähtijöiden piti kulkea ruokaa jonottavien asiakkaiden läpi (Kuva 7). Jos jonoja olisi ohjattu esimerkiksi ohjaavia nauhoja käyttämällä, asiakkaat olisivat voineet järjestäytyä jonoon järkevämmiin.



Kuva 7. Ravintola Barcelonan ohjauksessa on parantamisen varaa (Sofia Ala-Rantala 2014).

Opasteet ja kyltit vaikuttavat asiakkaan kokemukseen tuotteesta, joka tässä tapauksessa on Suomen Kädentaidot 2014 -messut. Opasteet ovat osa palvelua, joiden myötä tuotteen tuottaja voi mahdollistaa positiivisen mielikuvan tuotteesta (Komppula & Boxberg 2002, 15). Tämän vuoksi opasteiden ongelmakohtiin Suomen Kädentaidot 2014 -messuilla tulisi kiinnittää huomiota. Ongelma ei tosin ollut se, ettei niitä ollut tarpeeksi vaan niiden sijoittelussa ja informaatioarvossa olisi ollut varaa parantaa. Led-näyttöjen käyttö opasteina oli hieno oivallus, mutta itse koin, että näytöissä informaatio vaihtui

liian nopeasti enkä ehtinyt sisäistämään saatua tietoa. Esimerkiksi asiakkaan sijainnin Messu- ja Urheilukeskuksessa kertovassa infonäytössä, kuva vaihtui jo ennen kuin olin ehtinyt miettimään mihin suuntaan minun täytyy lähteä löytääkseni haluamani kohde (Kuva 8). Mielestäni näytöissä kerrottavaa tietoa olisi voinut olla vähemmän ja tieto olisi voinut viipyä näytöllä pidempään, jotta asiakas olisi ehtinyt lukea tekstin ja sisäistää sen. Messuhalleissa oli paljon suuria opasteita kattoihin kiinnitettynä, jotka olivat selkeitä ja mielestäni ohjasi asiakkaita hyvin. Messuoppaita taas ei ollut asiakkaille jaossa ilmaiseksi vaan sellainen maksoi euron. Messuopas sisälsi ohjelmatietoa eri päiviltä, messujen näytteilleasettajat sekä hallien pohjakartat. Maksullinen messuopas sai minut miettimään opastuksen merkitystä; vaikka asiakas käy kysymässä infopisteessä neuvoa, hän ei välttämättä kykene muistamaan tai suunnistamaan haluamaansa kohteeseen annetun tiedon avulla. Tosin, kävijäpalautteista luetun tiedon mukaan, monet kävijät olivat katsoneet etukäteen messujen nettisivuilta haluamaansa tietoa, eikä monet kokenut tarvitsevansa messuopasta. Tässä tapauksessa infopisteiden merkitys kuitenkin kasvaa ja tulevaisuudessa asiakkaille voisi tarjota esimerkiksi mahdollisuutta etsiä tapahtuman kotisivuilta tietoa infopisteillä olevista tietokoneista.



Kuva 8. Infonäytössä olevaa tietoa omasta sijainnistaan messuhallissa (Sofia Alaranta 2014).

Kokonaisuudessaan näin suureksi tapahtumaksi, kävijähallinnallisia ongelmia ilmeni melko vähän. Niihin mielestäni kuitenkin tulee kiinnittää huomiota tulevaisuudessa, jotta tapahtuman viihtyvyys säilyy kasvavasta kävijämäärästä huolimatta. Suurin ongelma tapahtumassa oli mielestäni kulkuyhteydet tapahtumaan. Koin henkilökohtaisesti kuinka vaivalloista messuille oli päästä bussia käyttämällä ja kuinka se vaikutti omaan kokemukseeni messuista. Lisäksi aulojen lipunmyynnissä sekä ravintoloiden jonojen hallinnassa on vielä parantamisen varaa, jotta kävijävirta soljuisi niissä vaivattomammin. Opasteita tapahtumassa oli reilusti, mutta niiden viestinnällistä arvoa sekä sijoittelua tulisi miettiä tulevaisuudessa, jotta asiakkaat ensinnäkin huomaavat ne ja sen lisäksi pystyvät suunnistamaan niiden avulla.

5 TOIMENPIDE-EHDOTUKSET

Tässä kappaleessa pyrin antamaan toimenpide-ehdotuksia soveltamalla tutkimussuunnitelmassa esitettyjä kävijähallintatekniikoita tutkimuksen neljännessä kappaleessa esitettyihin kävijähallinnallisiin ongelmiin. Tärkeimpiä toimenpide-ehdotuksia ovat yleisöliikenteen, ruuhkien hallinnan sekä opasteiden kehittäminen.

5.1. Yleisöliikenteen kehittäminen

Tämän tutkimuksen aikana on tullut ilmi, että Suomen Kädentaidon -messujen suurin ongelma on yleisöliikenteen hallinta. Massatapahtumissa parkkeerauksen ohjaaminen on tärkeää, varsinkin silloin jos parkkipaikkoja on useammille ryhmille tai jos parkki-alueet eivät sijaitse tapahtumapaikan välittömässä läheisyydessä. Lisäksi ruuhkia voidaan välttää tarjoamalla kuljetuksia kauempana olevilta parkkipaikoilta tai matkakeskuksesta tapahtumapaikalle, mutta tällaisista menetelmistä on hyvä tiedottaa etukäteen (Massatapahtuman liikenteenohjaus, 2014). Koska parkkipaikkoja Messu- ja Urheilukeskuksessa on rajallinen määrä, Tampereen Messut Oy pyrkivät markkinoinnin kautta kannustamaan kävijöitä käyttämään bussiyhteyksiä Messu- ja Urheilukeskukseen (Savolainen 2014). Omien havaintojeni kautta tulikin siihen tulokseen, että ongelma ei ollut lainkaan kävijöiden haluttomuus käyttää bussiyhteyksiä vaan se, että niitä ei ollut tarjolla tarpeeksi. Liikenteeseen liittyviin ongelmiin tässä tapauksessa voisi soveltaa kävijähallintatekniikoita, joilla liikenteen hallintaa voisi tehdä joustavammaksi. Kuten Fyall, Garrod, Leask & Wanhill (2008) korostavat, että matkakohteissa kysyntä voi olla ajoittaista, mutta tarjonnan sääteleminen kysynnän mukaan tapahtumasta voi tehdä sujuvamman ja joustavamman. Tampereen joukkoliikenne lisäsi ylimääräisiä Y-vuoroja messuviikonlopulle, mutta ei selvästi tarpeeksi. Bussit olivat ääriään myöten täynnä ruuhkaisimpana ajankohtana eli hieman ennen avaushetkeä. Bussit joutuivat jättämään myös messuvieraita ottamatta kyytiin ollessaan täynnä. Tarvetta bussiyhteyksille selvästi siis olisi. Jos Tampereen joukkoliikenteeltä ei löydy resursseja lisätä bussivuoroja, Tampereen Messut Oy voisi esimerkiksi palkata yksityisen linja-autofirman kulkemaan vaikkapa Tampereen Keskustorilta rautatieasemalle, josta matka jatkuisi Messu- ja Urheilukeskukseen. Linja-auto voisi pysähtyä myös kaukaisimmilla parkkipaikoilla ja ottaa messukävijöitä kyytiin, jolloin kävijät viitsisivät myös jättää henkilöautonsa hieman kauemmas. Uskon, että messuvieraat olisivat halukkaita jopa maksamaan tällaisesta

palvelusta, jos se toimisi sujuvasti ja joustavasti. Toisaalta taas, kulkuyhteyksiä voisi tehdä joustavammaksi siten, että lisäisi joukkoliikenteen Y-vuoroja vain messupäivien ruuhka-ajoille. Tällaisia ruuhka-aikoja ovat aamupäivän avaushetki, paluuliikenne messujen sulkemishetkellä sekä päiväsaikaan kun aamupäivän vieraat ovat lähdössä messuilta ja iltapäivävieraat ovat vasta tulossa. On kuitenkin tärkeää, että messuvieraille tarjottaisiin kuljetuspalvelu kaukaisimmilta parkkipaikoilta pääsisäänkäynnille ottaen huomioon messuvieraiden melko korkean keski-ian. Bussivuorojen lisääminen olisi nopea ja tehokas tapa kannustaa messukävijöitä käyttämään julkisia kulkuvälineitä ja jättämään auto kotiin.

Yksi innovatiivinen keino vähentää henkilöautojen määrää tapahtumassa on kimppakyytipalvelujen tarjoaminen. Kimppakyydit vähentäisivät kävijävaikutteita kuten liikenteen ruuhkia ja päästöjä. Lain nojalla kyydin tarjoaja voi pyytää korvausta polttoainekuluista ja niistä voidaan sopia ennen matkaa. Nykyisin kimppakyytien välityspalveluja löytyy runsaasti Internetistä (Helsingin seudun liikenne 2014). Kimppakyydit eivät välttämättä ole välitön ratkaisu liikennesuuhkille, mutta palvelun kautta potentiaaliset messuvieraat, jotka eivät kuitenkaan halua matkustaa yksin, voisivat etsiä samanhenkisiä ihmisiä lähialueiltaan ja sopia yhteisestä kuljetuksesta messuille. Näin kynnyks messuille lähtemisestä madaltuisi, liikennepäästöt vähentyisivät ja parkkipaikkoja vapautuisi.

5.2. Ruuhkien hallinta

Aulojen ruuhkaisuus oli yksi näkyvä kävijävaikutte Suomen Kädentaidot -messuilla. Muut kävijät sekä ruuhka kuuluvat Kotlerin kolmen matkailutuotteen laajennettuun tasoon (Swarbrooke 2002, 45). Nämä tekijät voivat siis vaikuttaa varsinaiseen ydintuotteen elämykseen ja kokemukseen negatiivisesti jos niitä ei kyetä hallitsemaan. On lähes väistämätöntä välttää ruuhkia näin suuressa tapahtumassa, mutta aulan jonoja voisi hallita siten, että jonottaminen lipunmyyntipisteelle olisi mielekkäämpää.

Jonojen hallinnoinnin tekniikoita ovat esimerkiksi käärmemäiset jonot, jolloin jonot näyttävät liikkuvan nopeammin tai esitteiden ja muun kirjallisuuden sekä infotaulujen tarjoaminen yleisölle, jolloin huomio kiinnittyisi pois jonottamisesta. Lisäksi jonot voi yrittää tuoda rakennuksen sisälle, jotta kävijät voivat kokea tapahtuman tunnelman jonottaessa. Jonottaville kävijöille voi myös keksiä erilaisia viihdykkeitä, joilla huomio viedään pois jonottamisesta (Fyall ym. 2008, 171). Pääaulan nauhoittaminen käärme-

mäiseen muotoon toisi järjestystä jonotukseen eivätkä jonottajat etuili toisiaan (Kuva 9). Lisäksi jonon käärmemäinen muoto tekisi jonotusajasta siedettävän lyhentämättä sitä. Pääaulan suurissa näytöissä vilkkuivat nuolet, jotka osoittivat suunnan eri halleihin. Osaa niistäkin voisi käyttää jonojen hallintaan ja tarjota viihdykettä jonottaville asiakkaille. Tällainen viihdyke voisi olla esimerkiksi lista päivän ohjelmasta tai ravintoloiden ruokalistat. Lisäksi jonottavia asiakkaita voisi viihdyttää näyttämällä haastatteluja päivän esiintyjistä tai videokuvaa eri halleista. Pohjoisessa sisäänkäynnissä jonoja voisi pyrkiä tuomaan sisälle rakennukseen, jotta kävijät voivat heti sisään tullessaan kokea tapahtuman tunnelman. Näin kävijät voisivat päästä osaksi messujen tunnelmaa heti sisään astuessaan. Myös ravintoloiden jonotusta voisi hallita nauhoittamalla, jotta asiakkaat osaisivat muodostaa jonon joka kulkisi loogisesti.



Kuva 9. Käärmemäinen jonotusmuoto toisi järjestystä pääaulan jonotukseen ja jonojen yllä olevat näytöt viihdykettä asiakkaille (Sofia Ala-Rantala 2014).

Monet messuvieraat saapuivat messuille isompina ryhminä ja hajaantuivat sitten kuka mihinkin halliin. Väkipaljouden seassa kulkiessa, saattoi huomata monien kävijöiden puhuvan puhelimeen ja koettaen sopia kohtaamispaikkaa eri halleissa olevien ystäviensä kanssa. Monesti he sopivat tapaamisen auloihin, mikä ruuhkautti auloja entisestään. Muutaman kerran kuulin kävijöiden käyvän puhelinkeskustelua ja puhelun osapuolet eivät olleet edes varmoja, missä hallissa he olivat sillä hetkellä. Messujen järjestäjät voisivatkin tarjota kuhunkin halliin niin sanotun kohtaamispaikan, jonne kävijät voisivat

sopia tapaamisiansa. Nämä kohtaamispaikat voisi merkitä messukarttaan ja ne voisi asettaa halleissa paikkoihin, joissa ei ole ruuhkaa kuten esimerkiksi hallien reunoihin tai nurkkiin. Näin kävijöiden olisi helppo löytää toisensa ja harhailevat kävijät eivät ruuhkauttaisi auloja.

Yksi tapa hallinnoida ruuhkia on jonojen hallintaa isompia resursseja vaativa ja pitkällisen ajan tekniikka. Tilaa voidaan tehdä lisää yksinkertaisesti rakentamalla esimerkiksi uusi halli tai lisää parkkipaikkoja matkailukohteen läheisyyteen. Tämä ratkaisu tosin vaatii yritykseltä paljon resursseja ja voi viedä vuosia ennen kuin tällaiset hankkeet ovat edes aluillaan (Fyall ym. 2008, 172). Tällainen tilan lisääminen Messu- ja Urheilukeskukseen ehkäisisi kuitenkin monia kävijävaikutteita kuten ruuhkautumista halleissa ja liikenteessä. Ruuhkia voidaan hallita kuitenkin myös menetelmillä, joilla tilaa voidaan tehdä joustavammaksi ilman, että tilaa varsinaisesti muokataan fyysisesti. Nämä tekniikat voivat vähentää tai jopa poistaa kokonaan jonot. Yksi tekniikoista on yksinkertaisesti pidentää aukioloaikoja tai lisätä tapahtumaan päiviä. Lisäksi messujen hiljaisimmista hetkistä voisi tehdä myös vetovoimaisemman esimerkiksi hinnoittelulla. Iltapäivää kohden messut alkavat jo hiljentyä, jolloin hintatietoisille messukävijöille voisi tarjota hie-man edullisempaa iltapäivälippua, joka oikeuttaisi sisäänkäynnin kävijöille iltapäivästä sulkemisaikaan. Näin osa potentiaalisista kävijöistä saattaisi siirtää messuille saapumista iltapäivään, jolloin aamupäivien ruuhkiin saatettaisiin saada helpotusta.

Tilaa voidaan tehdä joustavammaksi myös tarpeen mukaan. Yksi keino on avata enemmän lippuluokkia sisäänkäynnin luokse kun kysyntää on paljon ja vähentää silloin kun kysyntää on vähemmän. Tämä vaatisi myös henkilökunnan määrän lisäämistä ja vähentämistä tarpeen mukaan. Kiireisimpinä aikoina voi myös tarjota enemmän kahviloita ja muita palveluita, joiden lisäksi tapahtuman järjestäjät voivat tarjota tiettyjä, opastein merkattuja reittejä, jotka helpottaisivat kävijöiden vapaata kulkua tapahtumassa (Fyall ym. 2008, 172). Suomen Kädentaidot 2014 -messuilla aamun avaushetkellä voisi olla enemmän lipunmyyntipisteitä auki ja niitä voisi vähentää kun kävijämäärä vähenee iltapäivää kohden. Tässä kohtaa tosin, fyysinen tila voi tulla vastaan jos aulaan ei mahdu määräänsä enempää lipunmyyntipisteitä, jolloin ennakkolippujen myynnin ja markkinoinnin merkitys korostuu. Lisäksi henkilökunnan kouluttaminen eri tehtäviin voisi auttaa tekemään messuista joustavamman, sillä työntekijät voisivat työskennellä messujen eri pisteissä tarpeen mukaan. Suomen Kädentaidot -messujen aikaan Messu- ja Urheilukeskuksen kaikki ravintolat sekä kahvilat ovat auki, joiden lisäksi halleissa on

messuja varten pystytettyjä teemakahviloita. Vaikkakin Messu- ja Urheilukeskuksen ravintolapalvelut ovat viety äärimmilleen, jonoja ja ruuhkia syntyi lounasaikaan sekä ravintoloihin, että kahviloihin. Kuten Mikko Savolainen (2014) mainitsikin haastattelussaan, Suomen Kädentaidot -messuilla on pyritty rajaamaan kahviloiden tuotetarjontaa, jotta valinnanvaikeus helpottuisi ja jonot kulkisivat nopeammin. Tätä menetelmää voisi viedä vielä pidemmälle esimerkiksi tarjoamalla vain kahvi- tai virvoitusjuomapisteitä asiakkaille, jotka eivät halua ostaa syötävää. Jonot saatettaisiin saada kulkemaan nopeammin jos vain virvokkeita ostaville asiakkaille löytyisi oma jono tai vaihtoehtoisesti tarjota kokonaan virvokkeille tarkoitettu myyntipiste.

5.3. Opasteiden kehittäminen

Opasteet itsessään ovat jo kävijähallintaa. Jos opasteet on huonosti toteutettu tai niitä ei ole riittävästi, asiakas voi eksyä, turhautua ja tämän myötä lähteä pois (Fyall ym. 2008, 172). Messuilla opasteita oli runsaasti ja niitä löytyi Led-näyttöjen muodossa sekä kiinteinä opasteina ympäri Messu- ja Urheilukeskusta. Led-näytöt olivat innovatiivinen tapa ohjata messukävijöitä ja näytöt tarjosivat enemmän tietoa kuin kiinteät näytöt. Olen sitä mieltä, että info-näyttöjen käyttö tulevilla messuilla on suotavaa ja ne kiinnittävät kävijöiden huomion paremmin kuin tavalliset kiinteät kylttiopasteet. Ainoastaan opasteiden sisällössä olisi mielestäni parantamisen varaa, sillä osassa opasteista tietoa oli paljon ja tekstit sekä kuvat vaihtuivat niin nopeasti, että näytöistä luettua tietoa ei ehtinyt sisäistää ennen kuin teksti jo vaihtui. Näytöissä tulisi olla vähemmän informaatiota ja niiden tulisi viipyä näytöllä kauemmin, jotta kävijät pystyvät hyödyntämään opasteista saadun tiedon ja käyttämään niitä suunnanantajina.

Suurin osa messujen opasteista oli Suomeksi. Vaikka tarjolla ei ole virallista kartoitusta siitä, kuinka paljon messuilla käy ulkomaalaisia messuvieraita, on otettava huomioon, että Suomen Kädentaidot -messut Euroopan suurin käsi- ja taideteollisuusmessutapahtuma. Voisi siis olettaa joukossa olevan messuvieraita, joiden äidinkieli ei ole Suomi. Messujen kotisivut löytyvät Suomeksi, Ruotsiksi, Englanniksi sekä Venäjäksi, mutta itse tapahtumassa olevissa opasteissa näitä kieliä ei kuitenkaan käytetä. Kiinteissä opasteissa löytyi Englanninkielisiä käännöksiä kuten opasteen otsikolle ”Näytteilleasettaja, E-halli” löytyi otsikon alta käännös ”Exhibitors, E-hall”. Infonäytöissäkin käännöksiä Englanniksi oli vain satunnaisesti. Jotta opasteet tarjoaisivat mahdollisimman suuren hyödyn, voisi opasteita tarjota myös Englanniksi ja Ruotsiksi sekä ehkä myös Venäjäk-

si. Vaikka kaikki tarvittavat tieto Suomen Kädentaidot -messuista löytyy messujen kotisivuilta eri kielillä, Messu- ja Urheilukeskuksessa ei ole maksutonta langatonta Internet -yhteyttä. Langaton yhteys mahdollistaisi sen, että kävijät voisivat halutessaan tarkastella messujen kotisivuja messujen aikana.

Konkreettinen messuopas oli tarjolla yhden euron maksusta infopisteissä. Lisäksi siihen saattoi tutustua messujen kotisivuilla, josta pääsi linkin kautta tutustumaan messuopasaan sisältöön virtuaalisessa muodossa. Harmillista oli kuitenkin se, että messuopasta ei pystynyt tulostamaan, ellei kirjautunut kyseisen sivun käyttäjäksi. Kotisivuilta löytyi myös eri messualueen kartta, jossa oli pohjakartta eri halleista. Karttaan oli merkitty teemakahvilat, näyttelyt, ohjelmallavat sekä näytteilleasettajien messuosaston numero. Nämä kartat olivat sentään tulostettavissa, mutta kartoissa ei ollut listaa mikä numero vastasi kutakin näytteilleasettajan messuosastoa. Täytyi siis etsiä haluamansa näytteilleasettaja sekä messuosaston numero messujen kotisivuilta ja palata takaisin karttaan. Lista näytteilleasettajista ja heidän osastonnumeroista olisikin voinut olla liitettynä karttoihin, jotta ne palvelisivat paremmin käyttötarkoitusta. Lisäksi messuopas tulisi olla tulostettavassa muodossa, jotta asiakas voisi käyttää sitä sen oikeaan tarkoitukseen, opastukseen.

Edellä mainituilla toimenpide-ehdotuksilla voidaan tehdä muutoksia, joita asiakas ei välttämättä osaa toivoa tai odottaa, mutta niillä saattaa olla suurikin vaikutus tulevien messujen viihtyvyyteen. Jos asiakas pääsee vaivatta messuille, tuntee ruuhkan sijasta messujen lämpimän tunnelman ja löytää messuilta haluamansa asiat, hän lähtee kotimatkalle tyytyväisenä ja uusia kokemuksia rikkaampana. Tällä tavoin pystytään luomaan pitkäaikainen suhde asiakkaan ja yrityksen välillä ja asiakas kokee saaneensa vastinetta rahoilleen.

6 SWOT-ANALYYSI JA YHTEENVETO

Tämä kappale pitää sisällään SWOT -analyysin Suomen kädentaidot -messuista ja sitä myötä kokonaisvaltaisen yhteenvedon tutkimuksen tuloksista. SWOT -analyysillä voidaan luoda yritykselle toimenpidesuunnitelma ja tavoitteet tulevaisuutta varten. Sitä voidaan käyttää myös yrityksen perustamisanalyysissä, yrityksen arvioimisessa ja kehittämisessä tai johtamisen arvioimisessa ja kehittämisessä (Lipiäinen 2000, 46–49). SWOT -analyysillä voidaan saavuttaa kokonaisvaltainen kuvan yrityksen vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhista kävijähallinnan näkökulmasta (Johnson, Whittington, Scholes 2011, 106). SWOT -analyysissä kaikki tekijät ovat vuorovaikutuksessa toisiinsa. Täten esimerkiksi yrityksen heikkouksia voidaan kompensoida painottamalla yrityksen vahvimpia osa-alueita (Lipiäinen 2000, 46–49). Käytän SWOT -analyysiä, sillä koen sen olevan hyvä ja tiivistävä työkalu Suomen Kädentaidot -messujen analysoinnille.

<p style="text-align: center;">Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kiinnostus panostaa kävijähallintaan - Opasteet - Markkinointi - Kyky uudistua 	<p style="text-align: center;">Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Joukkoliikenne - Jonojen hallinta - Opasteiden sisältö
<p style="text-align: center;">Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Joukkoliikenteen kehittäminen - Tilojen lisääminen - Markkinointi - Ilmaston lämpeneminen - Eri liikennemuotojen kehittyminen 	<p style="text-align: center;">Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Messujen kasvaminen ”liian isoksi” - Ydintuotteen kärsiminen negatiivisten tekijöiden vuoksi - Kiinnostuksen lopahtaminen

Kuvio 2. Suomen Kädentaidot 2014–messujen SWOT -analyysi.

Tampereen Messut Oy:n ja sitä myötä myös Suomen Kädentaidot -messujen yksi vahvuus on kiinnostus kävijähallintaa kohtaan. Jo opinnäytetyöprosessin alkuvaiheessa tuli selväksi, että yrityksellä oli kiinnostusta kehittää kävijähallintaa ja yhteyshenkilöt olivat halukkaita viemään prosessia eteenpäin. Lisäksi yritys on tehnyt jo paljon toimenpiteitä aiempina vuosina kehittääkseen kävijähallintaa. Tällaisia toimenpiteitä ovat olleet esimerkiksi ylimääräisten bussivuorojen lisääminen, hiljaisempien messupäivien markkinointi ryhmäkävijöille, opasteiden käyttö sekä ryhmäkävijöiden opastaminen omalle sisäänkäynnille. Ravintolapalveluissa valikoimaa on rajattu sekä ravintolapalveluiden kapasiteetit on laitettu äärimmilleen siten, että Messu- ja Urheilukeskuksessa olevien ravintoloiden lisäksi myös ylimääräisiä teemakahviloita on pystytetty tarjoamaan kaikille messukävijöille tarvittavat palvelut. Lisäksi messuhallien suunnittelussa on otettu huomioon mahdollisimman esteetön kulku tekemällä käytävät leveämmiksi sekä sijoittamalla suositut näytteilleasettajat messuhalleihin siten, etteivät ne ruuhkauta kriittisiä kulkuväyliä.

Vaikka opasteissa mainittiin olevan kehittämisen varaa, ne kuitenkin olivat messujen yksi vahvuus. Erityisesti suuret, hallien katoissa roikkuneet opasteet ohjastivat kävijöitä hyvin, sillä ne opastivat oikeaan suuntaan lyhyesti ja ytimekkäästi minkä lisäksi ne oli helppo löytää väkijoukon seasta. Lisäksi erittäin avuliaat henkilökunnan jäsenet toimivat hyvinä opastajina ja apua saattoi kysyä niin infotiskiltä, narikasta kuin ravintolastakin. Koska Suomen Kädentaidot -messut järjestetään kerran vuodessa, Tampereen Messut Oy:llä on aina vuosi aikaa miettiä uusia kehitysideoita ja toteuttaa ne. Tämä yhdistettynä kiinnostukseen kävijähallinnasta voi poikia mitä innovatiivisimpia ideoita tapahtuman viihtyisyyden edistämiseksi.

Suomen Kädentaidot -messujen selkeä heikkous on joukkoliikenne. Ainoa mahdollinen julkinen kulkuväline Messu- ja Urheilukeskukseen on Tampereen joukkoliikenteen bussit, mihin Tampereen Messut Oy:n yrityksenä on vaikea vaikuttaa. Siksi olisikin ensisijaisen tärkeää panostaa bussiyhteyksiin. Parkkipaikkojen määrän ollessa rajallinen julkiset kulkuvälineet ovat tärkeä keino messukävijöille saapua messuille. Messuja varten lisätyt ylimääräiset Y-vuorot eivät riittäneet vastaamaan joukkoliikenteen kysyntää vaan ne olivat ääriään myöden täynnä, jolloin osa messuvieraista joutui jäämään odottamaan seuraavaa yhteyttä. Tämä saattaisi olla yksi syy jättää tulevaisuudessa tulematta messuille, sillä erityisesti vanhempien ihmisten voi olla hankala matkustaa täydessä bussissa

ilman istumapaikkaa. Pahimmassa tapauksessa he saattavat joutua jäämään odottamaan seuraavaa bussiyhteyttä.

Toinen tapahtuman heikkous on jonojen hallinta. Erityisesti pääaulan jonotus oli avaus-
hetkellä kaoottinen, sillä varsinaisia jonoja ei muodostunut vaan kävijät olivat kaikki
yhdessä kasassa ilma ohjausta. Myös ravintoloissa jonot muodostuivat epäloogisesti
ilman kunnollista opastusta eikä asiakkaat huomannut kaikkia ruokalinjastoja, jotka
olivat hieman sivussa. Nämä ongelmat ovat onneksi kuitenkin melko helposti ratkaista-
vissa kunnollisen opastuksen ja jonojen rajaamisen köysien ja nauhojen avulla. Opasteet
olivat tapahtuman sekä vahvuus että heikkous. Vahvuus siksi, että niitä oli paljon ja
monipuolisesti ja ne olivat informatiivisia. Heikkoutena opasteissa oli opasteiden sisäl-
tö, sillä osassa informaatiota oli liikaa sisäistettäväksi ja osa taas oli harhaanjohtavia.

Mahdollisuuksia messujen kehittymiselle on runsaasti. Jos joukkoliikennettä kyetään
kehittämään ja bussivuoroja lisäämään, siitä saadaan toimiva ja jouheva väline kuljettaa
messuvieraita tapahtumaan. Lisäksi yhä useampaa messukävijää voisi kannustaa jättä-
mään auto kotiin ja tulemaan bussilla markkinoimalla messubusseja. Myös jonkinlainen
rahallinen houkutin voisi lisätä bussikäyttäjien määrää. Tällainen keino voisi olla esi-
merkiksi, että paluumatkan saisi menomatkan hinnalla tai ehkä jopa messukävijä saisi
matkustaa messubussilla ilmaiseksi. Tällaisia ideoita Tampereen Messut Oy on jo miet-
tinytkin kannustaakseen messukävijöitä käyttämään julkisia kulkuvälineitä, mutta tois-
taiseksi yrityksestä riippumattomat tekijät ovat olleet esteenä. Tulevaisuudessa eri lii-
kennemuodot voivat kehittyä sen verran, että joukkoliikenteen tarve pienenee. Tällainen
lähitulevaisuuden liikennemuoto kuten sähköpyöräily voisi vähentää julkisten kulkuvä-
lineiden tarvetta. Ilmaston lämpeneminen on harmillinen ilmiö, mutta jos tulevaisuudes-
sa ilmasto jatkaa lämpenemistään, pyöräily voi yleistyä. Tapahtuma järjestetään yleensä
marraskuun puolivälissä, jolloin sää ei ehkä kannusta suurinta osaa kävijöistä saapu-
maan messuille pyörällä, mutta ilmaston muuttuessa pyöräilykautta saatettaisiin pystyä
jatkamaan vuoden kylmimpinäkin kuukaseina.

Tällä hetkellä Tampereelle rakennetaan kovaa vauhtia raitiovaunulinjoja liikennöimään
bussien lisäksi. Tämän hetkisten suunnitelmien mukaan yhtään raitiovaunulinjaa ei ole
tarkoitettu operoimaan Messu- ja Urheilukeskuksen kautta, mutta tulevaisuudessa ei ole
mahdotonta, että raitiovaunujen yleistyessä linjat rakennettaisiin myös Pirkkalaan ja sitä
myöten linja kulkisi Messu- ja Urheilukeskuksen kautta. Moniin Euroopan suurimpiin

messukeskuksiin kulkee joko metro- tai lähijunayhteys ja uskon, että kunhan Messu- ja Urheilukeskuksen käyttöä jatketaan aktiivisesti, on mahdollista tulevaisuudessa saada myös jonkinlainen raideyhteys kulkemaan myös sinne.

Tilojen lisääminen voidaan nähdä myös mahdollisuutena, sillä tällä tavoin pystyttäisiin ainakin vastaamaan kasvavaan kysyntään. Tampereen Messut Oy:llä onkin suunnitelmassa tulevaisuudessa mahdollinen lisähalli sekä parkkihalli, jotka varmasti vähentäisivät nykyisiin tiloihin kohdistuvaa painetta. Toisaalta taas kysyntä on vain ajoittaista, joten tällaiset isot rahalliset investoinnit eivät välttämättä maksa koskaan itseään takaisin, ellei toimintaa Messu- ja Urheilukeskuksessa lisätä huomattavasti. Markkinointi on mahdollisuus ja sitä kannattaa hyödyntää yhä edelleen kävijähallinnassa. Tampereen Messut laittavatkin jo paljon painoarvoa markkinoinnille, mutta sillä voidaan painottaa myös kävijähallinnan kannalta edullisia asioita. Näkyvällä markkinoinnilla voidaan saada näkyvyyttä hiljaisemmille ajankohdille, vähemmän yleisöä kerääville ohjelmanumeroille tai vaikkapa uusille bussiyhteyksille.

Käydessäni läpi aiempien vuosien kävijäraportteja, vastaan tuli muutamia palautteita siitä kuinka Suomen Kädentaidot -messuista oli tulossa liian isot. Tämä saattaa tulevaisuudessa olla uhka jos tapahtuman tiivis ja lämmin henki katoaa. Messukävijä saattaisi myös kokea riittämättömyyden tunnetta, jos hän ei ehdi nähdä kaikkea mitä haluaa sen vuoksi, että tapahtuma oli liian iso eikä aika riitä. Toisaalta messujen kasvaessa kahden päivän messulippujen ostajia saattaisi tulla lisää, jolloin taas majoituspalveluita pitäisi pystyä tarjoamaan kävijöille. Tampereen Messut Oy:llä onkin tulevaisuuden visioissa rakentaa hotelli Messu- ja Urheilukeskuksen läheisyyteen, mikä ratkaisisi majoitusongelman ja saattaisi kannustaa yhä enemmän messukävijöitä jäämään useammaksi päiväksi eri messuille.

Jos kävijähallinnallisiin ongelmiin ei kiinnitetä tarpeeksi huomiota tulevaisuudessa, uhkana saattaa olla, että kävijöiden ydintuote kärsii negatiivisten tekijöiden vuoksi. Elämys ja kokemus saattaisi kärsiä, ajan kuluessa jatkuvaa jonottamiseen ja ahdistuksen tunne kasvaa ruuhkautuneissa halleissa. Lisäksi kävijän elämys saattaa myös heikentyä, jos opasteiden avulla ei kyetä suunnistamaan haluttuun kohteeseen, jolloin hän saattaa turhautua ja jättää menemättä kohteeseen lainkaan. Jos huono maine kiirii messukävijöiden kesken, potentiaaliset messukävijät saattaisivat olla tulematta messuille ollenkaan

kuultuaan ruuhkautuneista ja liian suurista käsityömessuista, jossa joutuu jonottamaan pitkiä aikoja lipunmyyntiin, ravintoloihin eikä messuilta pysty löytämään haluamaansa. Kiinnostuksen lopahtaminen on myös yksi uhka, jota voi olla vaikea ennustaa. Suomen Kädentaidot -messut ovat olleet yrityksen kävijämäärältään suurin messu vuodesta toiseen, mutta siihen ei kannata tuudittautua. Ohjelmaa kannattaa kehittää ja vaihtuvia trendejä seurata, jotta messukävijöille olisi joka vuosi jotain uutta ja mielenkiintoista tarjottavaa.

Yhteenvetona voidaan todeta, että kävijähallinta Suomen Kädentaidot -messuilla on toteutettu resurssien sallimissa rajoissa hyvin. Yritys on käyttänyt eri kävijähallinnan tekniikoita hallinnoimaan kävijämäärää esimerkiksi markkinoinnin, hinnoittelun ja tuotevalikoiman kautta. Kävijähallinta on kuitenkin aihe, jota voidaan kehittää jatkuvasti teknologian ja tietoisuuden kehittyessä. Kävijähallinnallisiin ongelmiin löytämäni ratkaisut, joita tutkimuksen aikana löysin, ovat melko helppo toteuttaa, mutta luulen niiden tuovan hyötyä sekä tapahtuman järjestäjille, mutta ennen kaikkea kävijöille. Tulevaisuuden suuremmat tilojen laajentamiset vievät paljon aikaa ja niiden hyödyn näkeminen vie aikaa vielä enemmän. On siis tärkeää kiinnittää huomiota pieniin muutoksiin kuten jonotuksen hallintaan ja opastukseen, joihin voidaan vaikuttaa lyhyessä ajassa melko vähäisellä panostuksella.

7 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli analysoida kävijähallintaa Suomen Kädentaidot 2014 -messuilla. Tavoitteena oli löytää kävijävaikutteita, joita tapahtumassa ilmeni ja antaa toimenpide-ehdotuksia, miten tulevaisuudessa ehkäistä niitä. Mielestäni tämän tutkimuksen kautta löysin vastaukset kaikkiin tutkimuskysymyksiin ja siten pystyin antamaan jotain konkreettista myös Tampereen Messut Oy:lle, joka toimi opinnäytetyön toimeksiantajana.

Kun aloin työstämään ajatusta opinnäytetyöstäni keväällä 2014, mielessäni oli toteuttaa kävijähallintasuunnitelma Suomen Kädentaidot 2014 -messuista. Elokuussa 2014 pidimme Tampereen Messut Oy:n teknisen päällikön Mikko Savolaisen ja tuoteryhmäpäällikön Mervi Oksasen kanssa palaverin opinnäytetyön tavoitteista ja tulin siihen tulokseen, että suunnitelman toteutus olisi liian laaja ja yritys oli oikeastaan tehnyt jo hyvinkin paljon kävijähallinnan edistämiseksi resurssien sallimissa rajoissa. Siksi opinnäytetyö muuttui suunnitelmasta analyysiksi. Halusin kuitenkin, että minulla olisi jotain annettavaa yritykselle, joten annoin toimenpide-ehdotuksia havaintojeni perusteella. Mielestäni antamillani toimenpide-ehdotuksilla tulevista messuista voidaan tehdä yhä mielekkäämmät ja sujuvat. Mielestäni joukkoliikenteen puutteellisuus oli suurin havaintoni tapahtumasta. Ennen messuja luulin, ettei messukävijöillä ollut kiinnostusta käyttää bussiyhteyksiä, mutta tapahtumassa huomasinkin, että kyse oli siitä, että bussiyhteyksiä ei ollut tarpeeksi tarjolla. Luulen, että tämän ongelman korjaamalla messuille saapumisesta voidaan tehdä tulevaisuudessa vaivattomampaa ja mielekkäämpää.

Opinnäytetyö projektina on ollut haastava monin tavoin. Kävijähallinnasta oli haastavaa löytää lähteitä, joissa lähestymistapa olisi ollut samantyyppinen kuin minulla. Monissa lähteissä näkökulmana oli luonnonsuojelu ja ihmisten aiheuttaman tuhon minimointi. Mielestäni teos *Managing visitor attractions. New Directions*, jonka tekijöinä olivat Alan Fyall, Brian Garrod, Anna Leask sekä Stephen Wanhill, oli harvoja, joista pystyi löytämään näkökulmia matkakohteiden sujuvuuden ja asiakastyytyväisyyden edistämiseksi. Lisäksi monet löytämäni teokset olivat kirjoitettu englanniksi, mikä tuotti ongelmia termien kääntämisessä Suomeksi. Olen kuitenkin tyytyväinen valitsemiini teorioihin, sillä ne olivat itseäni kiinnostavia ja ne tukivat tutkimusta ja toinen toistaan.

Tutkimusmetodeina käytin teemahaastattelua ja havainnointia, mitkä koin olleen sopivia menetelmiä tähän tutkimukseen. Analysoin myös aikaisemmilta vuosilta kerättyä kävijäpalautetta ja vaikka niissä ei erikseen kysytty kävijähallinnasta, löysin avoimista kohdista ongelmakohtia, joihin kävijähallintatekniikoita voitiin soveltaa. Olisin voinut tehdä myös henkilöhaastatteluja, mutta koen, että muutaman henkilön haastattelu ei olisi ollut luotettava tiedonkeruulähde, sillä tapahtuma oli kävijämäärältään niin suuri. Omiin havaintojeni kautta löysin eniten ongelmakohtia ja keksin kehitysehdotuksia, joten osallistuva havainnointi oli paras tiedonkeruumenetelmä tutkimukseni kannalta.

Kävijähallinta on aihe, mitä voi kehittää loputtomiin. Teknologioiden kehittyessä ja yleistyessä kävijähallinta voi saada uusia ulottuvuuksia ja ihmismassojen hallinnasta voidaan tehdä turvallisempaa sekä sujuvampaa. Mielestäni Suomessa tulisi tutkia enemmän kävijähallintaa ja sen vaikutusta asiakastyytyvyyteen, sillä uskon näiden kahden tekijän vaikuttavan toinen toisiinsa. Tämä tutkimus tehtiin Suomen Kädentaidot 2014 -messuille, mutta uskon, että tätä voidaan soveltaa myös muissa Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksessa järjestettävissä tapahtumissa, sillä olosuhteet ovat monilla messuilla melko samanlaiset vaikkakin kävijämäärä ei hipoisikaan samoissa lukemissa kuin Suomen Kädentaidot 2014 -messuilla.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Fyall, A., Garrod, B., Leask, A. & Wanhill, S. 2008. Managing visitor attractions. New directions. Iso-Britannia: Elsevier Butterworth-Heinemann

Heikkilä, H. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P., 2008. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K. 2011. Exploring Strategy. Text & cases. Englanti: Financial Times Prentice Hall Imprint

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy

Lipiäinen, T. 2000. Liiketoiminnan suunnittelu, markkinointi ja johtaminen uudella vuosituohannella. Gummerus. Jyväskylä.

Puustinen, A. & Rouhiainen, U-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita Prima Oy

Swarbrooke, J. 2002. The Development and Management of Visitor Attractions. Oxford: Butterworth-Heinemann

Sähköiset lähteet

Helsingin Seudun Liikenne. 2014. Autoilu. Luettu 4.12.2014. <https://www.hsl.fi/autoilu>

Liikenteenohjauksen jatkokurssi. 2014. Massatapahtuman liikenteenohjaus. Luettu 12.12.2014.
<https://sites.google.com/site/inli09lojatko/home/massatapahtuman-liikenteenohjaus>

Ruisrock. 2014. Ympäristö. Luettu 19.9.2014. <http://www.ruisrock.fi/info/ymparisto>

Tampereen Messu- ja Urheilukeskus. 2013. Kädentaidot ja käsityötuotteet hurmasivat lähes 37 000 ihmistä Tampereella: SUOMEN KÄDENTAI DOT MESSUT ON KÄSITYÖIHMISEN PARATIISI. Luettu 6.11.2014.
http://www.tampereenmessut.fi/tampereenmessut/tiedotteet/show.tpl?id=1434;sivu_id=1228

Tampereen Messu- ja Urheilukeskus. 2014a. Taito-Finlandia 2014 -palkinnon saaja julkistetaan Suomen Kädentaidot -messuilla: LAATU, KOTIMAI SUUS JA RAKKAUS KÄSITÖIHIN YHDISTÄÄ TAMPEREELLA. Luettu 6.11.2014.
http://www.tampereenmessut.fi/tampereenmessut/tiedotteet/show.tpl?id=1508;sivu_id=1228

Tampereen Messu- ja Urheilukeskus. 2014b. Taito-Finlandia 2014 -palkinnon saajaksi on ehdolla viisi käsityöalan yritystä: SUOMEN KÄDENTAI DOT JA TAMPEREEN TAIDEMESSUT 14–16.11. Luettu 6.11.2014

http://www.tampereenmessut.fi/tampereenmessut/tiedotteet/show.tpl?id=1527;sivu_id=1228

Tampereen Messut Oy. 2014. Päiväkohtainen ohjelma. Luettu 6.11.2014.
http://www.kadentaidot.fi/skt/sivu.tpl?sivu_id=3484

Tampereen Messut Oy. 2014. Tampereen Messut Oy:n historiikki. Luettu 6.11.2014.
http://www.tampereenmessut.fi/tampereenmessut/sivu.tpl?sivu_id=1345

Tampereen Messut Oy. 2014. TESC+TM-konserni_2014.pdf. [PDF -tiedosto]. 2014.
Luettu 6.11.2014

Kuvalähteet

Kuvio 1: Swarbrooke 2002, 45

Muut lähteet

Järvensivu T. Viestintäpäällikkö. 2014. Kirjalliset lähteet hakusessa. Sähköpostiviesti.
tanja.jarvensivu@tampereenmessut.fi. Luettu 3.11.2014.

Savolainen, M. Tekninen päällikkö. 2014. Haastattelu 3.11.2014. Haastattelija Ala-Rantala, S. Litteroitu. Tampere

Julkaisemattomat lähteet

Kädentaidot 2010. 2010. Suomen Aktiivitiето Oy

Kädentaidot 2011. 2011. Suomen Aktiivitiето Oy

Suomen Kädentaidot 2012. 2012. Suomen Aktiivitiето Oy

Suomen Kädentaidot 2013. 2013. Suomen Aktiivitiето Oy

Suomen Kädentaidot 2014. 2014. Suomen Aktiivitiето Oy

LIITTEET

Liite 1. Haastattelukysymykset

Tampereen Messut Oy:n Teknisen Päällikön Mikko Savolaisen haastattelukysymykset.

Haastattelu on käyty 3.11.2014 Tampereen Messu- ja Urheilukeskus, Pirkkala

1. Mitä kävijähallinnallisia ratkaisuja Tampereen Messut Oy on jo Suomen Käden-
taidot -messuilla tehnyt?
2. Mitkä koet olevan suurimmat kävijähallinnalliset haasteet messujen sujuvuuden
kannalta?
3. Mitä ratkaisuja olette tehneet ratkaistaksenne haasteet aiemmilla ja tulevilla
Suomen Kädentaidot -messuilla?

