

Euroviisuklubi OGAE Finland ry:n toiminnan kehittäminen

Petri Vihtonen



Tekijä(t) Petri Vihtonen	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Euroviisuklubi OGAE Finland ry:n toiminnan kehittäminen	Sivu- ja liitesivumäärä 25 + 3
Opinnäytetyön otsikko englanniksi Development project for OGAE Finland	
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten Euroviisuklubi OGAE Finland ry:n toimintaa voisi kehittää enemmän sen jäseniä miellyttäväksi. Tutkimuksessa kartoitettiin jäsenen tyytyväisyyttä klubin tämänhetkiseen toimintaan sen eri osa-alueilla sekä kysyttiin heidän toiveitaan ja kehitysehdotuksiaan tulevaisuutta varten. Klubissa toteutettiin vastaavanlainen tutkimus pienemmässä mittakaavassa vuonna 2012, joten nyt oli sopiva aika tutkia asiaa uudelleen. Tämän työn toimeksiantaja on Euroviisuklubi OGAE Finland ry:n puheenjohtaja Jouni Pihkakorpi.</p> <p>Opinnäytetyön alussa käsitellään teoreettinen viitekehys. Se koostuu palvelumuotoilun, laaduntarkkailun, tapahtumatuotannon ja asiakasymmärryksen teorioista. Vaikka Euroviisuklubi OGAE Finland ry onkin voittoa tavoittelematon organisaatio, sitä voidaan teoreettisesti käsitellä yrityksenä. Klubin tapauksessa on vain asiakkaiden sijaan kyse jäsenistä, joilta kerättyä käyttäjätietoa voidaan käyttää tuottaessa heille parhaita mahdollisia palveluita. Merkittävin osa klubin toimintaa on sen ympäri vuoden järjestämät tapahtumat ja siksi tapahtumatuotannon teoria on merkittävässä roolissa.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin sekä kvantitatiivisia eli määrällisiä että kvalitatiivisia eli laadullisia menetelmiä. Aineisto kerättiin suurimmaksi osaksi Webropol-kyselylomakkeella, jonka lisäksi tehtiin viisi täydentävää haastattelua. Kyselylomakkeeseen vastasi 84 henkilöä eli noin 10 % jäsenistä, mikä oli toimeksiantajan kanssa asetettu tavoite. Haastatteluihin valittiin sellaisia jäseniä, jotka osallistuvat aktiivisesti klubin järjestämiin tapahtumiin. Haastateltavien joukossa oli eri-ikäisiä miehiä ja naisia erilaisista elämäntilanteista. Näissä haastatteluissa keskityttiin pääasiassa klubin tulevaisuuteen, kun taas kyselylomakkeella suurempi painoarvo oli klubin nykyisessä toiminnassa.</p> <p>Tutkimuksen tuloksena voidaan todeta, että jäsenet ovat yleisesti varsin tyytyväisiä klubin toimintaan sellaisena kuin se nykyään on. Erityisesti monipuolinen tapahtumatarjonta, tiedottaminen ja yhteisöllisyys keräsivät paljon kiitosta. Parantamisen varaa kuitenkin on, sillä klubin jäsenillä oli myös monia hyviä kehitysehdotuksia. Niissä toivottiin muun muassa aktiivisempää toimintaa myös pääkaupunkiseudun ulkopuolella, sillä tällä hetkellä klubin toiminta painottuu lähinnä Helsinkiin.</p>	
Asiasanat asiakastytyväisyys, kehittäminen, tapahtumat, Eurovision laulukilpailut	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Järjestön palveluiden kehittäminen.....	2
2.1	Tuotteen laatu ja jäsenten tyytyväisyys	2
2.2	Palvelumuotoilu osana klubin toimintaa	3
2.3	Käyttäjälähtöinen tapahtumatuoantanto	5
2.4	Tapahtumat ja niiden kehittäminen.....	5
3	Euroviisuklubi ja tutkimuksen eteneminen	8
3.1	Toimeksiantajan esittely ja konteksti	8
3.2	Aineistonkeruumenetelmät.....	9
4	Tulokset	10
4.1	Kyselylomake.....	10
4.2	Haastattelut.....	16
4.3	Havainnointi	18
5	Johtopäätökset.....	19
5.1	Tutkimustuloksista kehitysehdotuksiksi	19
5.2	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	23
5.3	Opinnäytetyöprosessi ja oma oppiminen.....	24
	Lähteet	26
	Liitteet.....	27
	Liite 1. Kyselylomake.....	27
	Liite 2. Haastattelurunko.....	29

1 Johdanto

Suomen Euroviisuklubi OGAE Finland ry:n tehtävä on edistää ja ylläpitää Eurovision laulukilpailuun liittyvää fanitoimintaa. Sen tavoite on saattaa yhteen faneja ympäri Suomen ja tuottaa heille erilaisia Eurovision laulukilpailun ympärille rakentuvia tapahtumia sekä tarjota laajasti informaatiota. Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Euroviisuklubin puheenjohtaja Jouni Pihkakorpi. Työn tavoitteena on kartoittaa klubin jäsenten tyytyväisyyttä tämänhetkiseen toimintaan ja selvittää heidän toiveitaan koskien klubin järjestämiä tapahtumia ja tiedottamista. Tämän kartoituksen perusteella laaditaan Euroviisuklubille kehitysehdotuksia. Klubissa on tehty vastaavanlainen tutkimus pienemmässä mittakaavassa vuonna 2012. Tämän jälkeen jäseniä on tullut merkittävästi lisää ja muun muassa ikäjakauma on erilainen. Nyt onkin sopiva aika tehdä uusi tutkimus, koska jäsenten tarpeet ovat voineet muuttua.

Sopimuksemme mukaisesti laadin kyselylomakkeen, johon kerätään laajasti klubin jäsenten mielipiteitä toiminnan eri osa-alueilta, kuten klubin järjestämistä tapahtumista ja tiedottamisesta. Lisäksi teen viisi kappaletta täydentäviä haastatteluita, joissa klubin aktiivisilta jäseniltä kysytään hieman syvällisempiä kysymyksiä klubin toimintaan ja tulevaisuuteen liittyen. Näissä haastatteluissa painopiste on lähinnä Euroviisuklubin toiminnan kasvussa ja sen tuottamassa lisäarvossa. Kävin myös eräissä klubin järjestämässä tapahtumissa havainnoimassa asioita, jotka eivät välttämättä käyneet ilmi aiemmin mainituilla menetelmillä. Lisäksi kävin Riikassa tekemässä vertailevaa havainnointia eräässä OGAE Latvian järjestämässä tapahtumassa.

Tässä opinnäytetyössä käsittelen aluksi teoreettisesta näkökulmasta palvelumuotoilua, asiakastyytyväisyyttä, käyttäjätiedon hankintaa ja hyödyntämistä sekä palveluiden ja tapahtumien laatutekijöitä. Seuraavassa luvussa käsitellään OGAE:n historiaa ja toimintaperiaatteita sekä tarkemmin Suomen Euroviisuklubia. Näiden jälkeen esittelen ja perustelen käyttämäni aineistonkeruumenetelmät ja puran niistä saadut tulokset. Seuraavassa luvussa analysoin tulokset ja pohdin niiden merkityksiä. Analyysien ja pohdintojen perusteella teen Euroviisuklubi OGAE Finland ry:lle kehitysehdotuksia tulevaisuuden toimintaa varten. Opinnäytetyön lopussa ovat lähteet ja liitteet, kuten kyselylomake ja haastattelurunko.

2 Järjestön palveluiden kehittäminen

Vaikka Euroviisuklubi OGAE Finland ry onkin voittoa tavoittelematon organisaatio, voidaan siinä soveltaa monia yritysmaailman teorioita ja käytäntöjä. Tässä luvussa käsitellään tutkimusta tukevaa teoreettista viitekehystä, johon kuuluvat muun muassa palvelumuotoilu, asiakastyytyväisyys ja tapahtumatuotannon teoria.

2.1 Tuotteen laatu ja jäsenten tyytyväisyys

Klubin jäseniä voidaan useimmissa tapauksissa ajatella yrityksen asiakkaina. Jäsenet odottavat saavansa tiettyä vastinetta maksamalleen jäsenmaksulle samalla tavalla kuin asiakas ostaessaan jonkin tuotteen tai palvelun joltakin kaupalliselta yritykseltä. Asiakastyytyvyyteen vaikuttaa moni asia. Tärkeimpänä tekijänä voidaan kuitenkin pitää tuotteen tai palvelun laatua. Euroviisuklubin tapauksessa asia ei ole niin yksinkertainen, sillä jäsenten tyytyväisyys perustuu yksittäisten palveluiden sijaan kokonaisuuteen, joka muodostuu ympäri vuoden järjestettävistä tapahtumista sekä monipuolisesta tiedottamisesta.

Asiakkaat odottavat tiettyjä asioita palvelun laadusta. Asiakkaan omien tarpeiden lisäksi siihen vaikuttaa se minkälaista informaatiota yritys palveluistaan tarjoaa. Palveluissa on kaksi keskenään yhtä tärkeää puolta, jotka ovat palvelun luvattu sisältö ja käytännön toteutus. Näiden yhteisvaikutuksena muodostuu asiakkaan näkemys palvelun laadusta, jota asiakas vertaa ennakko-odotuksiinsa. Vaikka asiakastyytyväisyys olisi korkea, tilanne ei välttämättä pysy samana pitkään, sillä asiakkaiden tarpeet muuttuvat. Näihin muutoksiin voi parhaiten varautua jatkuvalla tuotekehityksellä, johon tehokkain keino on asiakaspalautteen kerääminen. Tämän takia klubin jäsenten tyytyväisyyttä on tärkeää kartoittaa kaikilla toiminnan osa-alueilla säännöllisin väliajoin. (Lecklin 2006, 90 – 95.)

Menestystä tavoittelevan yrityksen on järkevää ottaa huomioon myös potentiaaliset asiakkaat. Tämä pätee myös voittoa tavoittelemattomaan organisaatioon, sillä klubi tarvitsee myös uusia jäseniä toimintansa ylläpitämiseen. Aktiivinen markkinointi ei välttämättä ole tarkoituksenmukaista, mutta on hyvä pitää niin sanotusti ovet avoinna eli tiedonhankinta ja jäseneksi liittyminen mahdollisimman vaivattomana. Toinen helposti unohtuva ryhmä on menetetyt asiakkaat eli jäsenet. On tärkeää selvittää syyt jäsenyydestä luopumiseen, sillä menetetyiltä jäseniltä saadut tiedot voivat olla todella merkittäviä klubin kehittämisen kannalta. (Lecklin 2006, 82.)

2.2 Palvelumuotoilu osana klubin toimintaa

Palvelumuotoilusta on tullut viime aikoina yhä suosittu käsite palveluiden kehittämisessä ja sitä voidaan hyödyntää käytännössä kaikilla palvelualoilla. Merkittävin ero perinteiseen palveluiden kehittämisprosessiin on se, että palvelumuotoilussa käyttäjät osallistuvat kehitystyöhön. Siinä keskitytään käyttäjäkokemukseen kokonaisuutena, jossa jokainen vuorovaikutustilanne on tärkeä. Palvelumuotoilun prosessi aloitetaan kattavalla asiakasymmärryksen keräämisellä, jossa empatia käyttäjän tarpeita kohtaan on merkittävässä roolissa. (Miettinen 2011, 21 -31.)

Palvelumuotoilun prosessissa tarvitaan empatian lisäksi sosiaalisia taitoja, luovuutta ja kykyä ajatella visuaalisesti. Se voidaan toteuttaa monin eri tavoin, joista yhtenä esimerkkinä toimii Magerin nelivaiheinen palvelumuotoilun prosessi: Ensimmäisessä, palveluratkaisujen tutkiminen –vaiheessa tunnistetaan käyttäjien tarpeet ja kokemukset jo olemassa olevista palveluista. Toisessa, uusien ratkaisujen luominen –vaiheessa tuotetaan ideoita ja tehdään suunnittelutyötä yhdessä käyttäjien kanssa parhaan mahdollisen palvelun saavuttamiseksi. Kolmannessa, arviointi –vaiheessa palvelusta tehtyjä koemalleja testataan ja kerätään käyttäjiltä palautetta käyttökokemuksesta. Neljännessä eli toteutus-vaiheessa testattu palvelu siirretään käytäntöön ja jatketaan seurantaa. (Miettinen 2011, 33.)

Klubin jäsenyydessä on kyse kokonaisuudesta ja siksi siitä voidaankin puhua palvelupaketina. Palvelupaketti on kokonaisuus, johon sisältyy vaihteleva määrä yksittäisiä osapalveluja. Yhdessä nämä osapalvelut pitävät asiakkaat tyytyväisinä täyttämällä heidän tarpeensa. Toisinaan palvelupaketti voidaan jakaa ydinpalveluun ja liitännäispalveluihin. Euroviisuklubin tapauksessa tällaista jaottelua on vaikea tehdä, sillä jäsenten motiivit eroavat toisistaan laajasti. Osalle ydinpalveluna toimivat erilaiset tapahtumat, kun taas toisille suurin arvo on klubin tarjoamalla informaatiolla. Toisaalta klubin ydinpalveluksi voidaan määrittää esimerkiksi samanhenkisten ihmisten yhteen tuominen, vaikkei se konkreettinen palvelu olekaan. (Miettinen 2011, 43 – 45.)

Palvelumuotoilussa käytetään monenlaisia metodeja käyttäjätiedon ja asiakasymmärryksen keräämiseksi. Tällaisia metodeja ovat muun muassa palvelupolku, luotaimet ja käyttäjäprofiilit. Palvelupolku kuvaa, mitä asiakas kokee ja havaitsee palvelun aikana. Tämä ei kuitenkaan rajoitu pelkästään suoriin asiakaspalvelutilanteisiin, vaan myös sillä, mitä tapahtuu ennen ja jälkeen varsinaisen vuorovaikutuksen, on suuri merkitys. Luotainten tarkoituksena on saada käyttäjä dokumentoimaan arkeaan ja käyttäjäkokemuksiaan tavalla, joka välittyy hyödyllisenä informaationa palveluiden kehittäjille. Luotain voi olla esimerkiksi eräänlainen päiväkirja, jota käyttäjää pyydetään täyttämään tietyllä ajanjaksolla. Muun

muassa edellä mainituilla metodeilla kerätystä tutkimusaineistosta voidaan laatia käyttäjäprofiileja. Ne ovat kuvitteellisia henkilöitä, jotka perustuvat havaittuihin käyttäytymistapoihin sekä erilaisille käyttäjäryhmille tyypillisiin tavoitteisiin ja elämäntilanteisiin. Hyvin laaditut profiilit ovat tehokas keino käyttäjäymmärryksen lisäämiseen. (Miettinen 2011, 55 – 59, 73.)

Yksi lähestymistapa käyttäjäprofiilien luomiseen on käyttäjien elämäntilanteisiin tutustumalla selvittää heidän arjessaan toistuvat velvollisuudet sekä asiat, jotka joko helpottavat tai vaikeuttavat näistä velvollisuuksista suoriutumista. Kun luoduista käyttäjäprofiileista on valittu ne yrityksen tai yhteisön kannalta olennaisimmat, aletaan kehittää palveluita, jotka vastaavat käyttäjien tarpeisiin ja samalla luovat heille lisäarvoa ja poistavat niin sanottuja kipukohtia. Tämä tapahtuu yhdistämällä käyttäjäprofiileissa ilmi tulevat asiat yrityksen tai yhteisön käytössä oleviin resursseihin. (Osterwalder, Pigneur, Bernarda & Smith 2014, 8 – 17, 30 – 42.)

Ennen lopullisten palvelukokonaisuuksien syntymistä tarvitaan paljon alustavia ideoita, joista parhaimpia ja toimivimpia aletaan jalostaa asiakkaille tarjottaviksi palveluiksi. Aluksi mukana saa olla myös epärealistisia ideoita, sillä niistäkin on mahdollista poimia joitakin osia toteutettaviin palveluihin. Parhaiden ideoiden löytämiseksi on hyvä tehdä runsaasti erilaisia palvelumalleja. Niitä tehdessä kannattaa olla visuaalinen, ennakkoluuloton ja suurpiirteinen. Ensimmäisenä tuleviin ideoihin ei pidä kiintyä liikaa, eikä kannata pelätä eri suuntien kokeilemistä. Lisäksi pitää pystyä vastaanottamaan kritiikkiä, sillä virheistä oppimalla päästään parhaaseen lopputulokseen. (Osterwalder, Pigneur, Bernarda & Smith 2014, 78 – 79.)

Ennen varsinaista käyttöönottoa luodut palvelumallit tulee testata huolellisesti monin eri menetelmin, jotta saadaan tietää, mikä toimii ja mikä ei. Kokeiluprosessissa sekä vahvistetaan että kumotaan syntyneitä oletuksia ja siinä kannattaa muistaa tiettyjä asioita. Kokeilujen tarkoituksena on todistaa ideoiden toimivuus tai vaihtoehtoisesti todeta niissä olevat puutteet ennen kuin niistä aiheutuu kuluja. On kuitenkin tärkeää muistaa, että jotkin ongelmat voivat ilmetä vasta käyttöönoton jälkeen eli kokeiluvaihe ei välttämättä tee palvelumallista virheetöntä. Pääasia tässä vaiheessa onkin suurimpien virheoletusten karsiminen ja asiakasymmärryksen maksimoiminen niin pitkälle kuin se on mahdollista ennen todellista palvelutilannetta. Parhaimpia kokeiluja ovat sellaiset, joista jää mitattavissa olevia tuloksia, joita voidaan hyödyntää palvelumallin loppuun viemisessä. (Osterwalder, Pigneur, Bernarda & Smith 2014, 180 – 181.)

2.3 Käyttäjälähtöinen tapahtumatuotanto

Käsitteenä käyttäjälähtöisyys on varsin monitahoinen, sillä sitä käytetään monin eri tavoin erilaisissa yhteyksissä. Yhdistävä tekijä on kuitenkin se, että käyttäjä on keskiössä. Näkemys siitä, ketä käyttäjällä tarkoitetaan, vaihtelee jonkin verran tuotteesta tai palvelusta riippuen. Käyttäjälähtöisyyden ydin on joka tapauksessa asiakkaiden tarpeisiin vastaaminen. Tapahtumatuotannossa pyritään käyttäjälähtöisellä suunnitteluprosessilla luomaan kävijöiden tarpeita ja toiveita vastaavia tapahtumakokonaisuuksia. Lisäksi sen avulla voidaan rakentaa yhteisöllisyyttä toimijoiden välille. (Lassila & Rantanen 2012, 17 – 18.)

Käyttäjälähtöisessä tapahtumatuotannossa erilliset tapahtumat voivat muodostaa eräänlaisen tapahtumien ketjun, jolla on suuremmat vaikutukset kuin millään yksittäisellä tapahtumalla. Euroviisuklubin tapauksessa ympäri vuoden toteutettavat tapahtumat antavat samanhenkisille ihmisille mahdollisuuden tavata toisiaan teeman ympärillä ja näin pitävällä vahvaa yhteisöllisyyttä. Käyttäjälähtöisyydessä on myös tärkeää, että käyttäjät voivat palautetta antamalla osallistua tapahtumatuotannon prosessiin. (Lassila & Rantanen 2012, 22 – 23.)

Yksi käyttäjälähtöisen tapahtumatuotannon keskeisistä piirteistä on tutkimuksellisen ja luovan lähestymistavan yhdistyminen. Erityisesti prosessin alkuvaiheessa tutkimuksella on tärkeä rooli käyttäjien näkökulman ymmärtämisessä. Tutkimuksen kautta kerätty informaatio ei kuitenkaan yksin riitä, sillä tapahtumatuotannossa on paljon muuttuvia tekijöitä eli asioita, jotka eivät ole ennakoitavissa. Tällaisissa tilanteissa toimijoilta tarvitaan luovuutta ja sopeutumiskykyä. Edellä mainittujen tekijöiden lisäksi nykyään on tärkeää muistaa sosiaalisen median merkitys osana tapahtumatuotantoa. Kun perinteiset ihmiskoh- taamiset ja sosiaalisen median kanavat osataan yhdistää oikeassa suhteessa, saavutetaan onnistunut tapahtumatuotannon prosessi. (Lassila & Rantanen 2012, 23 – 24.)

2.4 Tapahtumat ja niiden kehittäminen

Käsitteenä tapahtuma on kertaluontoinen tai toistuvasti järjestettävä, suunnitelmallinen, organisoitu ja tietynlaiseen ohjelmaan sidottu joukkokokoon- tuminen. Erityyppisiä tapahtumia on loputtomasti ja niitä voidaan luokitella monin eri tavoin. Tapahtumien keskiössä voi olla esimerkiksi musiikki, urheilu tai taide ja ne voivat olla kooltaan kaikkea intiimeistä yksityistilaisuuksista massiivisiin messutapahtumiin. Usein tapahtumat kuvaavat vahvasti jotakin kulttuuria, aluetta tai harrastusta. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 11 – 12.)

Tapahtumat ovat olleet merkittävä osa sivilisaatiota läpi ihmiskunnan historian. Ennen ne liittyivät lähinnä vallan vaihtumiseen ja uskonnollisiin rituaaleihin, mutta ajan kuluessa erilaisista tapahtumista on tullut osa tavallisten ihmisten arkea. Moniin ihmisen arvokkaimpiin muistoihin liittyy jokin järjestetty tapahtuma. Nykyään tapahtumatuotannosta on tullut oma alansa, joka työllistää monia ammattilaisia kokopäiväisesti. Tapahtuma-alalla työskentelevän tulee olla monipuolinen ja hallita suuria kokonaisuuksia. (Ferdinand & Kitchin 2012, 5 – 10.)

Tapahtumien kehittäminen on jatkuva ja toisinaan jopa huomaamatta tapahtuva prosessi. Useimmiten tapahtuman jälkeen tehdään jonkinlainen yhteenveto siitä, miten tapahtuman eri osa-alueet toimivat, jotta voidaan välttää mahdollisten virheiden tai puutteiden tapahtuminen tulevissa tapahtumissa. Tämä kehittämistapa perustuu siis reagointiin ja sitä käytetään yleisesti tapahtuma-alalla. Sen rinnalla olisi kuitenkin tärkeää käyttää ennakointiin perustuvaa kehittämistapaa, jossa menneiden virheiden välttämisen sijaan keskitytään tulevaisuuden mahdollisuuksiin. Yhteistä kaikelle kehittämistoiminnalle on kuitenkin se, että toimintaa ohjaa ajatus jostakin organisaatiolle lisäarvoa tuottavasta asiasta kuten jonkin havaitun ongelman poistamisesta tai tulevaisuuteen liittyvästä visiosta. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 23 – 24.)

Yksi merkittävä tekijä tapahtumien kehittämisessä on käytettävissä oleva työvoima ja organisaatorakenne. Monissa tapauksissa tapahtumat toteutetaan vapaaehtoisten voimin, mikä väistämättä vaikuttaa kehittämisprosessiin. Lisäksi tapahtumia järjestävä organisaatio on usein voittoa tavoittelematon yhdistys. Nämä seikat on hyvä ottaa huomioon tavoitteita ja suunnitelmia laadittaessa. Toinen merkittävä tekijä on ulkopuolinen tuki ja taloudellinen avustus. Ilman rahaa on käytännössä mahdotonta luoda laadukasta tapahtumaa kaikkine osa-alueineen. Siksi sponsorit ja erilaiset yhteistyökumppanit ovatkin tapahtumanjärjestäjälle välttämättömiä. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 24 – 25)

Tapahtuman tuotantoprosessin voidaan sanoa koostuvan viidestä kokonaisuudesta, joista näkyvin on luonnollisesti tapahtuman sisältö eli se ydin, jonka takia asiakkaat tekevät osallistumispäätöksen. Toinen kokonaisuus on tapahtumaorganisaatio, joka vastaa kaikista käytännön järjestelyistä. Sen toiminta on perusedellytys onnistuneelle tapahtumalle. Kolmantena kokonaisuutena on talous eli se, onko tapahtuman järjestäminen kannattava. Organisaation tavoitteista riippuen tapahtumasta pitäisi joko tulla voittoa tai saada toivottu lopputulos. Tapahtumanjärjestäjän näkökulmasta tärkeimpänä kokonaisuutena voidaan pitää asiakkaita. Organisaation tulee onnistua kohderyhmän tavoittamisessa ja vähintään täyttää heidän odotuksensa, sillä ilman asiakkaita ei ole tapahtumia. Viides kokonaisuus on verkostot, sillä kaikkien tapahtuman osa-alueiden toteuttamiseksi tarvitaan myös ulko-

puolisia toimijoita. Mitä suurempi tapahtuma on kyseessä, sitä laajemmat verkostot tarvitaan. Lopulta näiden kokonaisuuksien yhdistelmä konkretisoituu asiakkaan saamaan tapahtumakokemukseen. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 26 – 27.)

Tapahtuman suunnittelu kiteytyy kuuteen kysymykseen, jotka voidaan jakaa strategisiin ja operatiivisiin kysymyksiin. Ensimmäisenä tulee löytää vastaukseen kolmeen strategiseen kysymykseen: ”Miksi tapahtuma järjestetään?”, ”Kenelle tapahtuma järjestetään?” sekä ”Mitä, missä ja milloin järjestetään?”. Koko suunnitteluorganisaatiolla tulee olla suunnitteluprosessin alusta loppuun selkeä käsitys siitä, mitä tapahtumalla tavoitellaan. Myös kohderyhmän tunteminen eli heidän tarpeidensa ymmärtäminen on välttämätöntä. Lisäksi käytännön toteutuksen perusasiat on hyvä hahmottaa jo suunnittelun alkuvaiheessa. Näillä perusasioilla tarkoitetaan tapahtuman teemaa, miljöötä ja konkreettista ajankohtaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 103 – 105.)

Prosessin edetessä siirrytään pohtimaan operatiivisia kysymyksiä eli ”Miten tapahtuma järjestetään?”, ”Millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on?” ja ”Kuka toimii isäntänä?”. Näistä ensimmäisellä tarkoitetaan kaikkea muuta käytännön toteutusta prosessin aikana sen jälkeen kun perusasiat on aluksi selvitetty. Tapahtuman sisältöön ja ohjelmaan vaikuttavat sen tavoite, kohderyhmä ja viesti, joka sillä mahdollisesti halutaan välittää. Juontajien ja esiintyjien valintaan kannattaa panostaa. Ensin kannattaa selvittää, onko organisaation sisällä näihin tehtäviin sopivia henkilöitä vai pitääkö heidät järjestää sen ulkopuolelta. Kohderyhmän huomioon ottaminen on näitä valintoja tehdessä ehdottoman tärkeää, sillä on erittäin harmillista kaikkien osapuolien kannalta, jos esimerkiksi esiintyjät eivät ole kohderyhmälle sopivia. Onnistuneen tapahtuman saavuttamiseksi, sen suunnittelussa ja toteutuksissa onkin tärkeää olla nimettynä hyvin perustellut vastuuhenkilöt. (Vallo & Häyrinen 2014, 106 – 109.)

3 Euroviisuklubi ja tutkimuksen eteneminen

Tässä luvussa esitellään toimeksiantaja ja taustoitetaan opinnäytetyön aihe-alueita. Lisäksi selvitetään tutkimuksen tavoitteet sekä tutkimusongelmat ja kuvataan aineistonkeruumenetelmät.

3.1 Toimeksiantajan esittely ja konteksti

Euroviisuklubi OGAE Finland ry on osa suurempaa euroviisufanien organisaatiota, johon kuuluu tällä hetkellä 40 klubia ympäri Eurooppaa ja sen ulkopuolellakin. OGAE (Organisation Générale des Amateurs d'Eurovision) on voittoa tavoittelematon kattojärjestö euroviisufaniklubeille. Sen perusti Jari-Pekka Koikkalainen vuonna 1984 Suomen Savonlinnassa. Perustamisensa jälkeen OGAE on kasvanut suurimmaksi euroviisufanien organisaatioksi ja Eurovision laulukilpailun toteuttaja Euroopan Yleisradiounioni (EBU) on tunnustanut sen luotettavaksi toimijaksi. Nykyään OGAE –klubit tuottavat jäsenilleen monenlaista sisältöä. Klubien kautta voi hankkia lippupaketteja Eurovision Laulukilpailun finaaliin ja semifinaaleihin sekä äänestää erilaisissa OGAE:n järjestämissä musiikkikilpailuissa. Näiden kaikille klubeille yhteisten asioiden lisäksi jäsenmaissa järjestetään tapahtumia ja aktiviteetteja klubien omille jäsenille.

Suomen klubi eli Euroviisuklubi OGAE Finland ry on yksi aktiivisimmista klubeista. Vaikka jäsenmäärä ei ole erityisen suuri (noin 900), jäsenet ovat erittäin aktiivisia ja osallistuvat mielellään erilaisiin tapahtumiin. Suomen klubi järjestää muun muassa risteilyjä, esikatse-luita, pikkujoulut sekä erilaisia euroviisu-iltamia ympäri vuoden. Euroviisuklubi kertoo tavoitteekseen saattaa euroviisufanit yhteen nauttimaan samanhenkisestä seurasta ja Eurovision Laulukilpailusta sekä siihen liittyvistä tapahtumista. Euroviisuklubi OGAE Finland ry hakeutui yhdistysrekisteriin 9.12.2004 ja yhdistyksen säännöt vahvistettiin 23.6.2005. Klubin jäsenmäärä kasvaa tasaisesti.

Tämän opinnäytetyön tehtävänä on tehdä yleinen kartoitus Euroviisuklubi OGAE Finland ry:n jäsenten tyytyväisyydestä tämänhetkiseen toimintaan eri osa-alueilla ja sen pohjalta koota kehitysehdotuksia klubin toiminnan kehittämiseksi. Tutkimuksen avulla pyritään löytämään vastaukset seuraaviin tutkimusongelmiin:

- Kuinka tyytyväisiä Euroviisuklubi OGAE Finland ry:n jäsenet ovat klubiin sen toiminnan eri osa-alueilla ja miten toimintaa pitäisi heidän mielestään kehittää?
- Minkälaisille kokonaan uusille tapahtumille olisi kysyntää?

3.2 Aineistonkeruumenetelmät

Tässä tutkimuksessa käytetään sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia aineistonkeruumenetelmiä. Aineistoa kerättiin kyselylomakkeen, haastatteluiden ja havainnoinnin avulla. Kyselylomakkeen tarkoitus oli kerätä laajasti Euroviisuklubin jäsenten mielipiteitä ja toiveita klubin toiminnan eri osa-alueilta. Haastatteluissa kerättiin täydentävää tietoa aktiivisimmilta jäseniltä liittyen klubin kehittämistarpeisiin ja tulevaisuuden toiveisiin. Havainnointi tapahtui Euroviisuklubin ja OGAE Latvian järjestämässä tapahtumissa. Sen tarkoitus oli huomioida sellaisia asioita, jotka eivät välity kyselylomakkeen tai haastatteluiden vastauksissa vaan ihmisten toiminnassa.

Samassa tutkimuksessa voidaan käyttää sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia menetelmiä, sillä niissä on paljon yhtäläisyyksiä, eivätkä ne siis sulje toisiaan pois. Sen sijaan että ne olisivat kilpailevia suuntauksia, ne voidaan nähdä toisiaan täydentävinä lähestymistapoina. Kvantitatiivinen eli numeroihin perustuva tieto voi toimia hyvänä perustana kvalitatiiviselle eli merkityksiin perustuvalla tutkimuksella. Se toimii lähtökohtana myös tälle tutkimukselle.

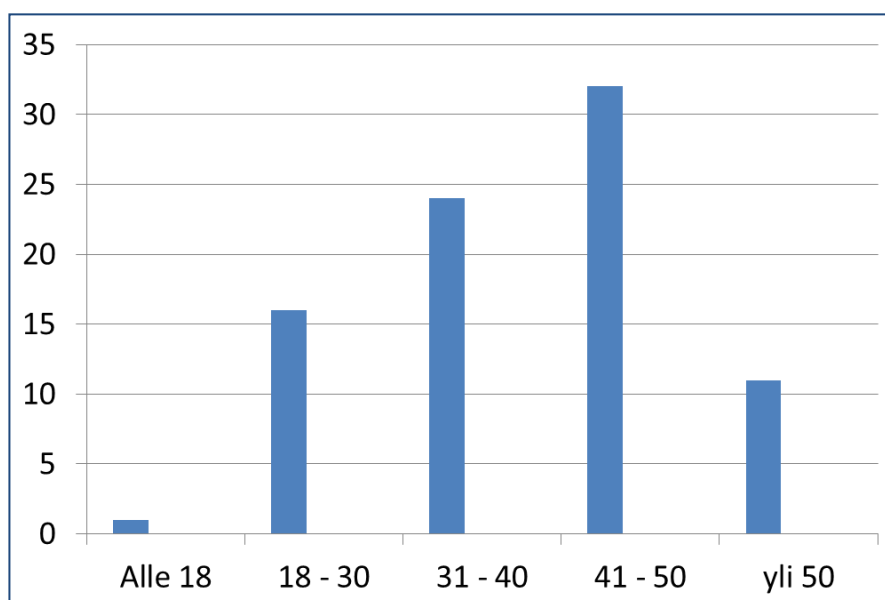
Kyselylomake on survey-tutkimuksen keskeinen menetelmä ja siitä saatava aineisto käsitellään useimmiten kvantitatiivisesti. Kyselylomakkeen merkittävin etu on se, että sillä voidaan kerättyä laaja aineisto. Se on tehokas menetelmä, mutta siitä saatava aineisto jää usein melko pinnalliseksi. Siksi tutkimuksesta riippuen voi olla hyödyllistä tehdä lisäksi täydentäviä haastatteluita. Kyselylomakkeesta voi laatia syvällisemmän lisäämällä siihen muutamia avoimia kysymyksiä. Haastattelu on yksi kvalitatiivisen tutkimuksen päämenetelmiä. Haastattelu antaa huomattavasti syvällisempää informaatiota, sillä se on mahdollista muun muassa esittää jatkokysymyksiä ja tulkita haastateltavan eleitä. Menetelmänä se ei ole yhtä tehokas kuin kyselylomake, mutta lopputuloksena voi olla hyödyllisempää aineistoa. On kuitenkin asioita, joita tutkija ei välttämättä saa selville kyselyn tai haastattelun avulla. Tällöin toimiva menetelmä on havainnointi. Siinä tutkija menee paikan päälle tarkkailemaan tutkittavaa ilmiötä ja tekee havaintoja, joko itse osallistumalla tai sivusta katsellen. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara, 2008, 188 – 200, 207 – 209.)

4 Tulokset

Tässä luvussa käsitellään valituilla menetelmillä kerätyt aineistot ja niistä saadut tulokset. Ensin eritellään kyselylomakkeen vastaukset aihe-alue kerrallaan ja analysoidaan niitä. Tämän jälkeen puretaan haastatteluilla kerätty aineisto ja poimitaan siitä huomionarvoiset seikat. Lopuksi kerrataan havainnoinnin avulla kerätyt aineistot.

4.1 Kyselylomake

Kyselylomakkeeseen vastasi yhteensä 84 henkilöä, mikä vastaa tavoitteeksi asetettua noin 10 %:a klubin jäsenistä. Vastajista 46 (54,8 %) on miehiä ja 38 (45,2 %) naisia. Vastajien ikäjakauma on seuraavanlainen:

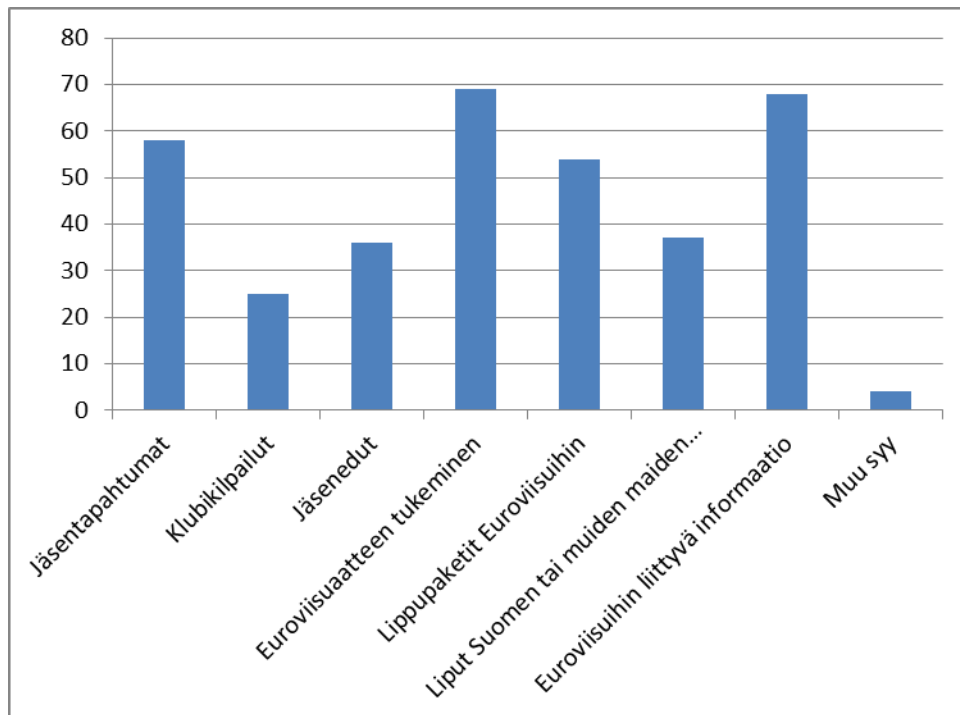


Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

Vastajista 36 asuu Helsingissä, 10 Tampereella, 6 Vantaalla, 3 Espoossa ja 3 Turussa. Joensuussa, Kirkkonummella, Lahdessa ja Lappeenrannassa asuu kussakin kaksi vastaajaa. Yhden maininnan saivat Järvenpää, Kontiolahti, Kangasala, Lieksa, Kokkola, Pohjoinen, Pori, Nurmijärvi, Jyväskylä, Rovaniemi, Riihimäki, Hyvinkää, Vaasa, Porvoo, Kaarina, Savonlinna, Isojoki ja Merimasku.

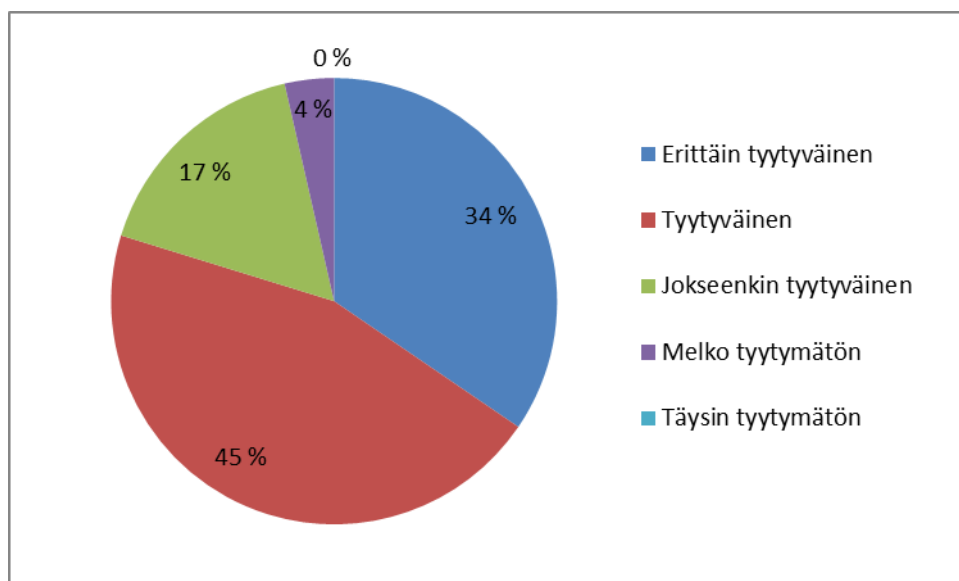
Vastajilta kysyttiin myös sitä kuinka kauan he ovat olleet Euroviisuklubin jäseniä. Yleisin vastaus oli 2 – 5 vuotta, jonka valitsi 34,5 % vastajista. Toiseksi suurin osuus eli 28,6 % on ollut jäsenenä 5 – 10 vuotta. 1 – 2 vuotta jäsenenä on ollut 17,9 % vastanneista. Alle

vuoden ja yli 10 vuotta jäsenenä olleita on molempia 9,5 % vastanneista. Kun kysyttiin syitä klubiin liittymiseen, vastaajien oli mahdollista valita useampi vaihtoehto.



Kuvio 2. Vastaajien motiivit Euroviisuklubiin liittymiseen.

Selvästi yleisimpiä syitä ovat euroviisuaatteen tukeminen, klubin tarjoama informaatio, jäsentapahtumat sekä lippupaketit Euroviisuihin. Ne ovat myös asioita, joihin vastaajat ovat nykyäänkin tyytyväisiä, kuten myöhemmin käy ilmi. Muiksi syiksi mainittiin yhteisöllisyys ja hyvät ystävät. Kun kysyttiin jäsenten tyytyväisyyttä klubin toimintaan yleisellä tasolla, tulokset näyttävät tältä:



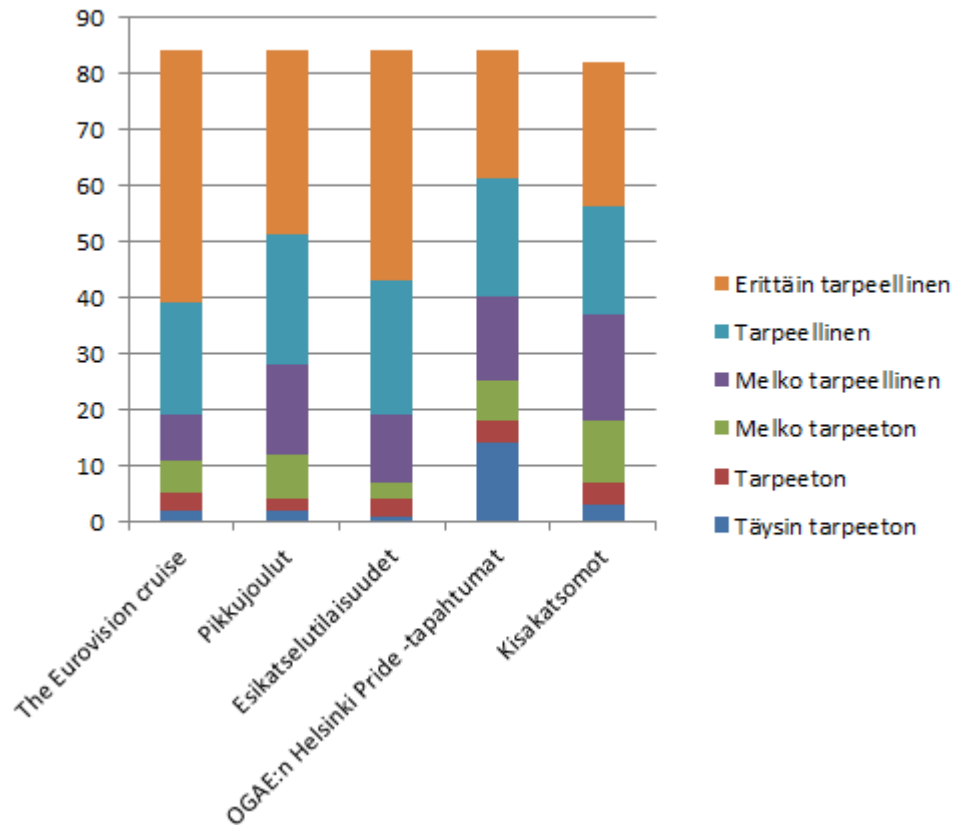
Kuvio 3. Vastaajien tyytyväisyys klubin toimintaan yleisellä tasolla

Kuten kuviosta 3 näkyy, klubiin ollaan yleisellä tasolla varsin tyytyväisiä. Peräti 79 % prosenttia vastaajista kertoo olevansa joko tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä. Yksikään ei vastannut olevansa täysin tyytymätön ja vaihtoehdon ”melko tyytymätön” valitsi vain neljä prosenttia vastaajista.

Seuraavaksi vastaajia pyydettiin avoimella kysymyksellä kertomaan asioita klubin toiminnasta, jotka ovat edistäneet heidän tyytyväisyyttään. Vastauksissa oli jonkin verran vaihtelua, mutta myös toistuvia tekijöitä oli paljon. Ylivoimaisesti eniten mainintoja saivat monipuolinen tapahtumatarjonta sekä tiedottaminen. Myös klubin jäsenten välinen yhteisöllisyys sai kiitosta. Lisäksi toistuvasti mainittiin puheenjohtajan aktiivisuus, risteilyt, lippupaketit ja muut edut sekä 30-vuotisjuhlaa. Avoimella kysymyksellä kysyttiin myös tyytyväisyyttä vähentäneitä asioita. Myös tässä kohdassa oli hajontaa, mutta myös joitakin yhtäläisyyksiä oli havaittavissa. Useimmiten mainittiin liiallinen sisäänpäin kääntyneisyys, jolla tarkoitetaan sitä, että uuden jäsenen on vaikea päästä mukaan porukkaan. Useampia mainintoja sai myös tapahtumien painottuminen Helsinkiin, liiallinen vähemmistöajattelu, lippupakettien rajallisuus ja puutteellinen tiedottaminen ”tietyissä asioissa”.

Seuraavana kysyttiin sitä, kuinka tarpeellisina klubin jäsenet pitivät eri tapahtumia asteikolla 0 – 5 ja tulokset näyttävät seuraavanlaisilta:

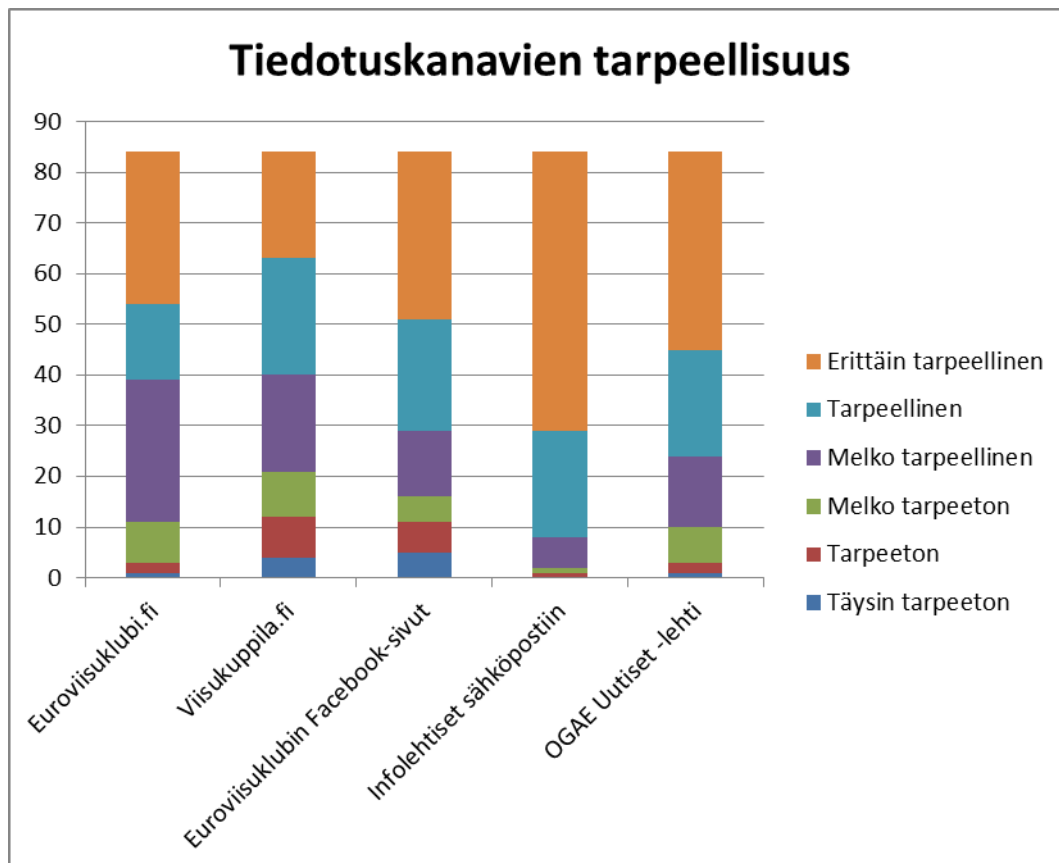
Tapahtumien tarpeellisuus



Kuvio 4. Tapahtumien tarpeellisuus

Kuviosta voidaan tulkita, että vastaajien mielestä selvästi tarpeellisimpia tapahtumia ovat esikatselutilaisuudet ja syksyn suuri euroviisuristeily. Myös Euroviisuklubin pikkujouluja pidettiin hyvin merkittävänä tapahtumana. Vähiten tarpeellisina pidetään siis kisakatsomoihin ja OGAE Helsinki Pride –tapahtumia. Huomion arvoista on ainakin se, että OGAE:n osallistuminen Helsinki Prideen on ainoa tapahtuma jota huomattava määrä vastaajista piti täysin tarpeettomana. Kaikista eniten hajontaa oli kisakatsomoiden kohdalla eli niiden tarpeellisuudesta tai tarpeettomuudesta on muita tapahtumia vaikeampi tehdä johtopäätöksiä.

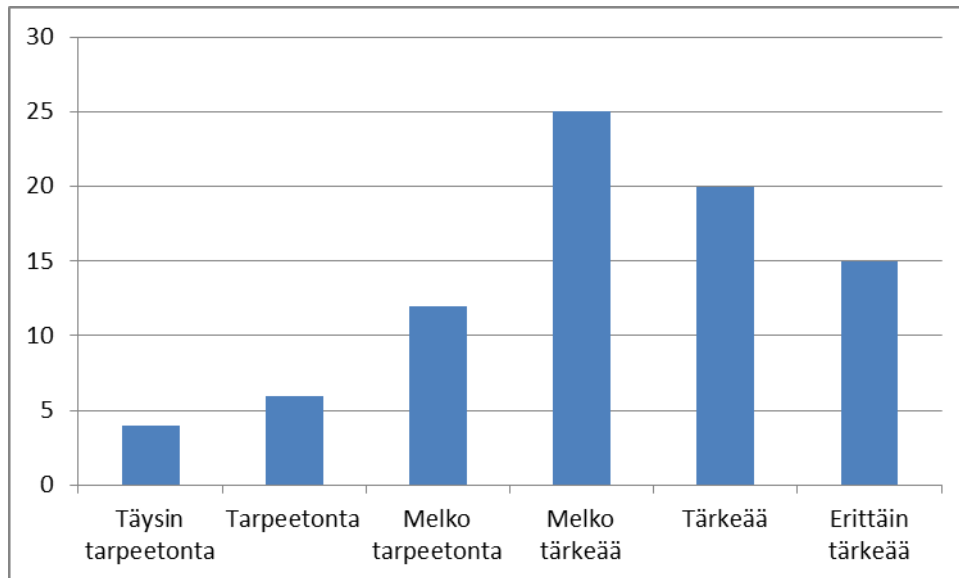
Seuraavaksi kyselyssä käsiteltiin tiedottamista ja erilaisia tiedotuskanavia. Vastaajia pyydettiin arvioimaan klubin käyttämien tiedotusvälineiden tarpeellisuutta asteikolla 0 – 5.



Kuvio 5. Tiedotuskanavien tarpeellisuus

Kuviosta näkyy selvästi se, että jäsenille tärkein tiedotuskanava on kuukausittain sähköpostiin lähetettävät infolehtiset. Myös viisi kertaa vuodessa julkaistava verkkolehti OGAE Uutiset on suurimman osan mielestä tärkeä kanava informaation saamiselle. Muut käytössä olevat tiedotuskanavat koettiin selvästi vähemmän tarpeellisiksi, mutta mikään niistä ei kuitenkaan osoittautunut täysin turhaksi. Kun vastaajilta kysyttiin, olisiko muille viestintäkanaville tarvetta, enemmistön mielestä nykyiset riittävät. Uutena viestintämuotona Twitter sai eniten kannatusta ja sen lisäksi muun muassa Instagram, perinteinen lehti, YouTube ja nettiradio saivat yksittäisiä mainintoja. Lisäksi Euroviisuklubin nykyisille internet-sivuille toivottiin lisää selkeyttä ja ammattimaisuutta.

Seuraavaksi käsiteltiin klubin toiminnan maantieteellistä laajentamista Suomen sisällä. Vastaajilta kysyttiin, kuinka tärkeää olisi järjestää klubitoimintaa myös pääkaupunkiseudun ulkopuolella. Alla olevasta kuviosta (kuvio 6.) voi tulkita, että pääkaupunkiseudun ulkopuoliselle klubitoiminnalle olisi tarvetta. Hyvin pieni osa vastaajista piti sen lisäämistä tarpeettomana. Suosituin vaihtoehto oli ”melko tärkeää”, mutta myös toiminnan laajentamista toivovia oli merkittävä määrä.



Kuvio 6. Pääkaupunkiseudun ulkopuolisen klubitoiminnan tärkeys

Pääkaupunkiseudun ulkopuolelle toivottiin eniten lisää esikatselutilaisuuksia sekä yleisiä tapaamisia Euroviisu-teeman ympärillä. Moni tosin totesi, että tällaisten kokoontumisten ei välttämättä pitäisi olla Euroviisuklubin vastuulla vaan seudun omien aktiivien tulisi itse järjestäytyä. Eräässä vastauksessa ehdotettiin yhteistyötä paikallisten kahviloiden kanssa, joissa voitaisiin esimerkiksi kerran kuussa järjestää ”Viisukahvila”, johon alueen euroviisufanit voisivat kokoontua viettämään aikaa. Vastauksissa ehdotettiin myös paikallisia pikkujouluja ja euroviisuteemaisia saaristoristeilyjä.

Vastaajilla oli paljon mielenkiintoisia ideoita kokonaan uusiksi klubin järjestämiksi tapahtumiksi. Tässä niistä joitakin poimintoja:

- Kesäinen viikonloppu viisutunnelmissa jossakin mökkikylässä veden äärellä, jossa tarpeeksi majoitustilaa isommallekin jengille (tasokas majoitus, hyvä Av-laitteisto, saunat, järvi..)
- Euroviisuaiheisia pubi-iltoja joissa vaikkapa tietokilpailuja
- Yleisötapahtumiin markkinoimaan klubia. Messuilla olo tuo paljon kustannuksia, mutta pienempien turujen ja torien tapahtumiin voisi osallistua. Vetonaulaksi euroviisuedustaja
- Erilaisia viisujen katselutapahtumia, vaikkapa jotain vanhoja vuosikertoja
- Ruokailtoja teemamaan viisuilla ja ruoalla
- Teemabileitä esim. artisteiksi pukeutumisella ryyditettynä ja viisudiskoja artistien oman tuotannon kappaleilla
- Euroviisu artistien esiintymisiä myös maissa eri ravintoloissa, mielellään Helsingissä

Lopuksi kyselyyn vastanneet saivat antaa yleistä palautetta klubille, jos heillä oli valmiiden kysymysten jälkeen vielä jotakin lisättävää. Palautteissa kiiteltiin puheenjohtajan ja muiden aktiivien omistautunutta toimintaa klubin hyväksi. Lisäksi vastaajat kehuivat klubin tuomaa yhteisöllisyyden tunnetta, tapahtumien monipuolisuutta ja sitä, että tällainen klubi on ylipäättään olemassa. Myös tässä kohdassa annettiin joitakin konkreettisia kehitysehdotuksia, kuten tapaamisten ja teemailtojen lisääminen, jäsenmaksun korottaminen ja internet-sivujen kehittäminen.

4.2 Haastattelut

Kyselylomakkeista saatujen vastausten täydentämiseksi tehtiin lisäksi viisi haastattelua, joissa käsiteltiin syvällisemmin klubin toimintaa ja tulevaisuutta. Haastateltaviksi valittiin viisi vapaaehtoista, aktiivista Euroviisuklubin jäsentä, joista neljä on ollut klubin jäsenenä 3 – 4 vuotta ja yksi peräti 10 vuotta. Haastatteluista neljä tehtiin Euroviisuristeilyn yhteydessä Katajanokan terminaalissa ja yksi Skypen välityksellä. Esitetyt kysymykset ovat haastattelurungossa, joka on lisätty liitteisiin.

Haastatteluista kävi ilmi, että yleisen mielipiteen mukaan viime vuosien aikana klubin toiminta on joko pysynyt samantasoisena tai mennyt entistä parempaan suuntaan. Mitään negatiivisia muutoksia ei siis ole havaittu. Eniten kehitystä todettiin yleisesti toiminnan laajuudessa ja tapahtumien lisääntymisessä. Erityisesti esikatselutilaisuudet ovat kasvaneet ja syyskuinen The Eurovision Cruise on ollut erinomainen lisä syksyn tapahtumatarjontaan. Kun haastateltavilta kysyttiin, mikä on ollut klubin parasta antia juuri heille, vastauksissa oli paljon yhtäläisyyksiä. Eniten kiitosta saivat klubin pikkujoulut, euroviisuristeilyt sekä esikatselutilaisuudet. Suosikeiksi mainittiin myös klubin 30 –vuotisjuhlaa, joka järjestettiin marraskuussa 2014. Lisäksi se, että klubissa saa mahdollisuuden tutustua samanhenkisiin ihmisiin ympäri Suomen, mainittiin tärkeänä etuna.

Haastateltavien mukaan klubilaisten tarpeet eivät ole viime vuosina muuttuneet mitenkään merkittävästi ja siksi tapahtumien järjestämisessä ei ole tarvinnut ottaa huomioon esimerkiksi hieman muuttunutta ikäjakaumaa. Ainoa muutos, jonka huomioimista toivottiin, on klubin jäsenkannan maantieteellinen laajeneminen. Tällä hetkellä suurin osa klubin jäsenistä asuu pääkaupunkiseudulla ja on varsin loogista, että myös suurin osa tapahtumista järjestetään lähinnä Helsingissä. Lähiaikoina olisi kuitenkin tärkeää toteuttaa joitakin tapahtumia myös pääkaupunkiseudun ulkopuolella.

Seuraavaksi keskusteltiin klubin toiminnan mahdollisesta laajentamisesta ja jäsenmäärän kasvattamisesta. Yleinen mielipide haastateltavien keskuudessa oli se, että aktiivinen toiminnan laajentaminen jäsenmäärää kasvattamalla ei ole tarkoituksenmukaista. Heidän mielestään uusia jäseniä ei ole tarpeellista houkutella mukaan, vaan kannattaa keskittyä nykyisen toiminnan ylläpitämiseen ja kehittämiseen. Jäsenmäärä saa kasvaa siinä sivussa, jos on kasvaakseen. Euroviisuklubi on helposti löydettävissä internetistä, joten jäsenyydestä kiinnostuneet voivat itse hakeutua mukaan eli klubin markkinoinnille ei ole tarvetta. Haastateltavat toivoivat, että klubi ei kasvaisi liian suureksi, sillä se toimii täysin vapaaehtoisten voimalla. Mitä enemmän jäseniä klubissa on, sitä enemmän organisaatiota sen ylläpitäminen vaatii ja silloin intiimiys voi kärsiä.

Haastateltavilta kysyttiin myös mahdollisesta yhteistyöstä muiden maiden OGAE -klubien kanssa. Heidän mielestään yhteistyötä on jo nyt ihan mukavasti, mutta enemmänkin voisi toki olla. Kun on kyse Euroviisuista, kansainvälisyys on aina hyvä asia. Uudeksi yhteistyökumppaniksi ehdotettiin Virossa juuri toimintansa aloittanutta OGAE Estoniaa, jonka kanssa voisi melko helposti järjestää erilaisia hieman suurempia tapahtumia kuin mitä kumpikaan klubi yksin pystyisi järjestämään. Kun haastateltavia pyydettiin kuvailemaan unelmiensa klubitapahtumaa, moni mainitsikin jonkinlaisen suuren konsertin, jossa olisi esiintyjinä paljon kansainvälisiä Euroviisuista tuttuja artisteja ja kävijöitä ympäri Eurooppaa. Lisäksi toivottiin Euroviisuklubin omaa teemakahvilaa, ohjelmantäyteisiä yhteismatkoja isäntäkaupunkeihin sekä esikatselutilaisuutta Hartwall Areenalla. Näistä ehdotuksista on mahdollista poimia joitakin osia klubin tulevaisuudessa järjestämiin tapahtumiin.

Kysyttäessä konkreettisia esiintyjätoiveita klubin nykyisiin tapahtumiin vastaukset vaihtelivat melko paljon, mikä osoittaa sen, että artistivalinnoilla ei voi miellyttää kaikkia. Toiveissa oli muun muassa esiintyjä Keski- ja Etelä-Euroopasta, Balkanin maista sekä Suomen edustajia viimeisen kymmenen vuoden ajalta. Lisäksi toivottiin vaihtelevia musiikkigenrejä ja akustisia esiintymisiä. Yksi haastateltavista totesi, että esiintyjillä ei ole juurikaan merkitystä vaan ne ovat lähinnä häiriötekijä. Lopuksi oli mahdollista antaa avointa palautetta millä tahansa klubin toiminnan osa-alueella. Kaikki olivat lähtökohtaisesti tyytyväisiä toimintaan nykyisellään ja totesivat että, keskustelua eri osa-alueiden toiminnasta käydään aina ja on mahdotonta miellyttää kaikkia. Viimeisinä kehitysideoina toivottiin Helsinki Pride'n puistujuhlaan jonkinlaista Euroviisualuetta, enemmän yhteistyötä YLE:n kanssa, sekä enemmän toimintaa Tampereelle, jossa jäseniä on melko paljon.

4.3 Havainnointi

Tämän tutkimuksen aikana kävin havainnoimassa eräissä Euroviisuklubin järjestämässä tapahtumissa. Lisäksi kävin Riikassa tekemässä vertailuja OGAE Latvian järjestämässä Eurovision PreParty –tapahtumassa. Havainnoinnissa kiinnitin erityisesti huomiota tapahtumien tekniseen toteutukseen, osallistujamääriin sekä osallistujien tunnelmiin tapahtumien eri vaiheissa. Näistä seikoista käy parhaiten ilmi se, millä tasolla tapahtumien järjestäminen yleisesti on. Lähestymistapanani oli osallistuva havainnointi eli olin tapahtumissa vain yksi osallistujista ja tein havaintoja sen perusteella, mitä näin, koin ja kuulin. Euroviisuklubin järjestämässä tapahtumissa ei käynyt ilmi mitään erityisiä kipukohtia. Osallistujia oli runsaasti ja kaikki vaikuttivat olevan tyytyväisiä klubin järjestämiin puitteisiin. Kenelläkään ei ollut mitään kritisoitavaa ainakaan silloin kun keskustelin vapaamuotoisesti osallistujien kanssa.

OGAE Latvian tapahtuma vahvisti käsitystä siitä, että Suomen klubissa tapahtumat suunnitellaan erittäin hyvin alusta loppuun. Eurovision PreParty –tapahtumaan oli hankittu paljon esiintyjä erityisesti tämän vuoden euroviisuedustajien joukosta, mutta muilta osin sen suunnittelu oli jäänyt hieman vajaaksi. Pian viimeisen artistin esiinnyttyä järjestäjät pyysivät osallistujia poistumaan, kun taas Suomessa tapahtumat jatkuvat vielä pitkään sen jälkeen, kun esiintyjät ovat lopettaneet. Lisäksi tapahtumapaikan ovet avattiin hieman yli puoli tuntia ilmoitettua myöhemmin ja myös varsinainen tapahtuman alku viivästyi jonkin verran. Mainostamisessa olisi myös ollut parantamisen varaa, sillä osallistujamäärä oli odotettua pienempi. Tätä ongelmaa Suomessa ei ole ollut havaittavissa. OGAE Latvian toiminnasta ei siis saanut Suomeen mitään parannusehdotuksia, vaan Latvian klubilla olisi sen sijaan paljon opittavaa Suomen klubin toiminnasta.

5 Johtopäätökset

Tässä luvussa analysoidaan tarkemmin eri aineistonkeruumenetelmillä saatuja tutkimustuloksia ja tehdään niistä johtopäätöksiä. Niiden perusteella laaditaan yhteenveto klubin jäsenyytyväisyyden nykytilasta ja esitetään kehitysehdotuksia tulevaa toimintaa varten.

5.1 Tutkimustuloksista kehitysehdotuksiksi

Vuonna 2012 toteutettuun jäsenkyselyyn verrattuna moni asia on pysynyt samana, mutta myös joitakin merkittäviä muutoksia on havaittavissa. Nyt toteutetussa kyselyssä vastaajia oli vain yksi vähemmän ja ikäjakauma oli yllättäen muuttunut vanhempaan suuntaan, vaikka klubin puheenjohtajan mukaan jäsenien keski-ikä on alentunut. Tästä voidaan päätellä, että nuoremmat jäsenet eivät olleet erityisen innokkaita vastaamaan kyselyyn. Alle 30 –vuotiaiden osuus vastaajista oli kuitenkin 20,2 %, kun vastaava lukema edellisessä kyselyssä oli 29 %. Jäsenyyden tähänastista kestoa kysyttäessä kävikin ilmi, että alle kaksi vuotta jäsenenä olleiden osuus oli melko pieni. Alle 30 –vuotiaiden osuus vastaajista oli kuitenkin 20,2 %, kun vastaava lukema edellisessä kyselyssä oli 29 %. Naisten osuus vastaajista (45,2 %) oli hieman kasvanut edellisestä, vaikka miehet ovatkin edelleen enemmistönä. Helsinkiläisten osuus vastaajista on lähes kaksinkertaistunut, kun peräti 42,9 % vastaajista kertoi asuinpaikkakunnakseen Helsingin. Tapahtumien järjestäminen suurimmaksi osaksi Helsingissä on siis edelleen varsin loogista, vaikka ulkopaikkakuntalaisten aktiivisuus onkin puheenjohtajan mukaan lisääntynyt.

Yleisimpinä syinä Euroviisuklubin jäsenyyteen ovat säilyneet jäsentapahtumat ja euroviisuaatteen tukeminen. Lisäksi Eurovision laulukilpailuun liittyvän yleisen informaation arvostus on kasvanut merkittävästi klubin jäsenten keskuudessa. Lippupaketteja, jäsenetuja ja klubikilpailuja pidetään myös tärkeinä, mutta niiden osuus on kuitenkin edelleen huomattavasti pienempi kuin edellä mainittujen. Tyytyväisyys klubiin yleisellä tasolla näyttää erittäin hyvältä. Yhteensä peräti 96 % valitsi joko vaihtoehdon ”Erittäin tyytyväinen”, ”Tyytyväinen” tai ”Jokseenkin tyytyväinen”. Tyytymättömien osuus oli siis vain 4 %, kun se edellisessä kyselyssä oli 10 %.

Kun vastaajat saivat avoimesti kertoa, mihin asioihin he ovat klubissa erityisen tyytyväisiä, vastauksissa toistuivat samat teemat kuin jäsenyyden syitä kysyttäessä. Jäsenet ovat siis erityisen tyytyväisiä ympäri vuoden järjestettäviin monipuolisiin tapahtumiin sekä aktiiviseen ja kattavaan tiedottamiseen. Erityiskiitosta keräsivät syyskuussa järjestettävä suuri risteily, The Eurovision Cruise, sekä vuoden 2014 marraskuussa toteutettu Euroviisuklubin 30-vuotisjuhlaa. Lisäksi moni oli kiitollinen kaikesta yhteisöllisyydestä, jota klubi

tarjoaa jo pelkällä olemassaolollaan. Muutamat vastaajat mainitsivat myös puheenjohtajan omistautuneisuuden, lippupakettien kätevyuden ja muiden jäsenetujen hyödyllisyyden. Nämä edellä mainitut tekijät ovat klubin jäsenten mielestä merkittävimpiä lisäarvon luoja.

Jäseniltä kysyttiin myös asioita, jotka ovat mahdollisesti vähentäneet heidän tyytyväisyytään klubia kohtaan. Tässä kohtaa paljastui joitakin niin sanottuja kipukohtia, joihin klubin tulisi tulevaisuudessa kiinnittää huomiota. Jotkin näistä asioista eivät tosin ole suorassa yhteydessä klubin toiminnan kehittämiseen, vaan niiden korjaamisen pitäisi alkaa klubin jäsenten omasta toiminnasta. Yleisimmin mainittiin liiallinen sisäänpäin kääntyneisyys, jolla tarkoitettiin sitä, että uuden jäsenen on vaikea päästä mukaan jo aiemmin syntyneisiin ”kuppikuntiin”. Tämä ongelma poistuisi parhaiten klubilaisten omia asenteita muuttamalla, joten klubin hallituksen on vaikea tähän vaikuttaa. Lisäksi toistuvia mainintoja sai tapahtumien painottuminen Helsinkiin, liiallinen vähemmistöajattelu, lippupakettien rajallisuus ja puutteellinen tiedottaminen ”tietyissä asioissa”. Sekä Helsinki sijaintina että Euroviisuklubin tapahtumat Helsinki Pride –viikolla ovat suurimmalle osalle jäsenistä erittäin tärkeitä asioita. Aktiivisimmat jäsenet kuitenkin ovat enimmäkseen Helsingissä asuvia vähemmistöjen edustajia. Siksi näiden tekijöiden osuutta ei klubin toiminnassa kannata vähentää. Sen sijaan suurehkoa kysyntää jollekin konservatiivisemmalle tapahtumalle pääkaupunkiseudun ulkopuolella näyttäisi olevan kysyntää.

Tiettyjen klubin järjestämien tapahtumien tärkeyttä kysyttäessä samojen tapahtumien merkitys vahvistuu entisestään. Kun tärkeyden asteikkona oli 0 – 5, jäsenien mielestä tärkeimpiä olivat esikatselutilaisuudet (keskiarvo 4,15) ja The Eurovision Cruise (keskiarvo 4,09). Seuraavaksi tärkeimpinä pidettiin pikkujouluja ja kisakatsomoita, joiden keskiarvoksi tuli 3,84 ja 3,52. Eniten mielipiteitä jakoi odotetusti Euroviisuklubin tapahtumat Helsinki Pride –viikolla. Ne ovat monille jäsenille erittäin tärkeitä, mutta merkittävä määrä pitää niitä täysin turhina. Lopulta niiden keskiarvoksi muodostui 3,16. Voidaan siis todeta, että klubin on tärkeää säilyttää kaikki nämä tapahtumat mukana toiminnassaan, sillä kaikkien keskiarvot päätyivät selvästi tärkeän puolelle.

Samalla asteikolla arvioitiin myös klubin käytössä olevien tiedotuskanavien tarpeellisuutta. Niistä ylivoimaisesti tärkeimpänä pidettiin puheenjohtajan kuukausittain jäsenille lähettämää infolehtistä, jonka keskiarvoksi muodostui 4,56. Yli neljän pääsi myös viisi kertaa vuodessa julkaistava verkkolehti OGAE Uutiset keskiarvolla 4,06. Vähemmän tärkeinä pidettiin klubin keskustelufoorumia (3,38), klubin Facebook-sivuja (3,65) ja Euroviisuklubin virallista internet-sivua (3,77). On siis selvää, että tulevaisuudessa kannattaa panostaa kuukausittaiseen infolehtiseen ja OGAE Uutiset verkkolehteen. Muiden tiedotuskanavien kohdalla on hyvä pohtia, tarvitaanko niitä kaikkia enää. Jäseniltä kysyttiin myös, mitä uu-

sia tiedotuskanavia klubi voisi ottaa käyttöönsä. Vaikka muun muassa Twitter ja Instagram saivat joitakin mainintoja, yleisen mielipiteen mukaan nykyiset tiedotuskanavat riittävät erinomaisesti eli uusien käyttöön ottamiselle ei tällä hetkellä ole tarvetta.

Jäseniltä kysyttiin myös sitä, kuinka tärkeää klubin olisi järjestää tapahtumia pääkaupunkiseudun ulkopuolellakin. Enemmistö vastaajista on sitä mieltä, että tälle olisi tarvetta. Harva piti pääkaupunkiseudun ulkopuolisten tapahtumien järjestämistä erittäin tärkeänä, mutta vielä harvempi piti sitä täysin turhana. Suurimman osan mielestä se olisi siis tärkeää, muttei välttämätöntä. Jotkut olivat sitä mieltä, että muillakin alueella saisi olla toimintaa, mutta sen ei pitäisi olla yksin Euroviisuklubin vastuulla, vaan eri seutujen omien aktiivien pitäisi itse aktivoitua. Vastaajilla oli joitakin ehdotuksia siitä, minkälaisia nämä tapahtumat voisivat olla. He eivät vaatineet mitään uutta ja erikoista, vaan heidän mielestään riittäisi se, että samanlaisia euroviisuteemaisia tapaamisia kuten esikatseluita ja karaoke-illoja järjestettäisiin laajemmin Suomessa. Mukana oli myös ehdotuksia muun muassa euroviisuteemaisista saaristoristeilyistä ja kuukausittain pidettävästä Euroviisukahvilasta jossain paikallisessa tilassa.

Vastaajilla oli paljon mielenkiintoisia ehdotuksia, kun kysyttiin, minkälaisia kokonaan uusia tapahtumia klubi voisi tulevaisuudessa järjestää. Näitä olivat muun muassa kesäinen viikonloppu jossakin mökkikylässä euroviisuteemaisella ohjelmalla, pubi-illat tietokilpailuineen, teemaillalliset valitun maan ruokakulttuurista ja euroviisuedustajista nauttien sekä jonkinlaiset naamiaiset, joissa pukeudutaan tutuiksi euroviisuartisteiksi ja soitetaan heidän tuotantoaan. Lopuksi klubille sai antaa avointa palautetta ja vastaajilla oli kiitosten lisäksi vielä tässäkin vaiheessa muutamia kehitysehdotuksia. Palautteissa toivottiin esimerkiksi Euroviisuklubin internet-sivujen kehittämistä, sillä niitä pidetään hieman amatöörimäisinä ja sekavina. Toinen mainitsemisen arvoinen kehitysehdotus on se, että erään vastaajan mukaan jäsenmaksua voisi jopa hieman korottaa, sillä nykyinen 15 €/vuosi on erittäin matala verrattuna siihen, mitä kaikkea sillä saa. Jos jäsenmaksu olisi hieman korkeampi, klubi pystyisi järjestämään entistäkin enemmän ja parempia tapahtumia.

Syventävät haastattelut vahvistivat kyselylomakkeen luomaa käsitystä siitä, että klubin toiminnassa ei ole tarpeen tehdä mitään radikaaleja muutoksia. Aktiivisesti tapahtumiin osallistuvien mielestä klubi on säilyttänyt tasonsa ja moni asia on jopa parantunut viime vuosien aikana. Tapahtumien määrä on lisääntynyt kiitettävästi ja kaikki on yleisesti ottaen. Klubin parasta antia haastateltaville ovat olleet samat asiat kuin valtaosalle kyselyyn vastanneista eli esikatselut, pikkujoulut, The Eurovision Cruise sekä 30-vuotisjuhlaa. He olivat myös samaa mieltä siitä, että jokin uusi tapahtuma pääkaupunkiseudun ulkopuolelle voisi olla tervetullut uudistus lähiaikoina.

Klubin tulevaisuutta ajatellen ei ole tarkoituksenmukaista pyrkiä kasvattamaan jäsenmäärää, vaan järkevämpää on keskittyä ylläpitämään ja kehittämään klubitoimintaa. Haastattelujen mukaan mahdolliset uudet jäsenet löytävät halutessaan klubin itse ja voivat sitten liittyä jäseniksi. Euroviisuklubin mainostamiselle ei siis ole tarvetta. Yleinen mielipide on se, että klubin organisoiminen muuttuu liian vaikeaksi, jos jäsenmäärä kasvaa kohtuuttomaksi. Tällöin myös klubin yhteisöllisyys ja tapahtumien intiimi tunnelma saattaisi kärsiä. Laajentumisen sijaan Euroviisuklubi voisi harkita yhteistyötä juuri toimintansa aloittaneen OGAE Estonian eli Viron vastaavan klubin kanssa. Yhdessä nämä kaksi klubia pystyisivät esimerkiksi luomaan sellaisen tapahtuman, jota kumpikaan ei yksin pysty toteuttamaan.

Jonkinlainen nykyisiä suurempi tapahtuma selvästi kiinnostaisi jäseniä, sillä kuvaillessaan unelmiensa klubitapahtumaa kaikilla haastateltavilla oli mielessään jokin suuri ja kansainvälisiä esiintyjä sisältävä tapahtuma. Ainakin teoriassa tällaiset tapahtumat voisivat olla mahdollisia nimenomaan yhteistyössä jonkin toisen OGAE klubin kanssa. Esiintyjätoiveina nykyisiin tai uusiin tapahtumiin oli artisteja Keski- ja Etelä-Euroopasta, Balkanin alueelta sekä Suomesta viimeisten kymmenen vuoden ajalta. Lisäksi kysyntää olisi myös akustisille esiintymisille jossakin hieman rauhallisemmassa ympäristössä. Kyselylomakkeen vastausten lisäksi myös haastatteluissa kävi ilmi se tosiasia, että kaikkia ei voi mitenkään miellyttää samanaikaisesti. Jokainen klubin jäsen on kuitenkin oma yksilönsä, mutta onneksi on myös olemassa paljon yhdistäviä tekijöitä, joiden ansiosta klubin toiminta on mahdollista.

Yhteenvedon voidaan siis todeta, että Euroviisuklubin toiminta on nykyisellään erittäin hyvällä mallilla. Suurille korjausliikkeille ei siis ole tarvetta. Kaikkein tärkeintä on se, että klubi ylläpitää tapahtumien laatua ja määrää sekä tiedottaa asioista samalla aktiivisuudella kuin tähänkin asti, sillä näihin asioihin jäsenten tyytyväisyys suurimmaksi osaksi perustuu. Erityisesti The Eurovision Cruisen ja esikatselutilaisuuksien jatkuvuudesta tulee pitää huolta ja tarvittaessa kasvattaakin niitä kysynnän lisääntyessä. Lisäksi jäsenten kiittelemästä yhteisöllisyydestä kannattaa pitää kiinni eli ei pidä sortua liialliseen organisoitumiseen vaan muistaa Euroviisuklubin perimmäinen tarkoitus eli euroviisufanien yhteen saattaminen.

Toki klubin toiminnassa tuli ilmi myös asioita, joita voidaan kehittää parempaan suuntaan. Uusien jäsenten keskuudessa havaittu ongelma aiemmin muodostuneiden ryhmien sisään pääsemisestä on pitkälti kiinni jäsenten omista asenteista. Euroviisuklubi voisi kuitenkin edesauttaa uusien jäsenten mukaan pääsemistä kehittämällä jonkinlaisia Get Together – iltoja, joissa heillä olisi halutessaan mahdollisuus päästä paremmin esille. Lisäksi klubi

voisi alkaa järjestää enemmän tapahtumia pääkaupunkiseudun ja suurimpien kaupunkien ulkopuolella. Esimerkiksi esikatselutilaisuuksiin olisi helppo houkutella eri seutujen omia aktiiveja. Yleisen mielenkiinnon ylläpitämiseksi klubin on järkevää kokeilla toisinaan kokonaan uudenlaisia tapahtumia, joihin jäseniltä saatiin hyvinkin potentiaalisia ehdotuksia.

Palvelumuotoilun teoriaan viitaten Euroviisuklubin jäsenissä voidaan kyselylomakkeen ja haastatteluiden vastausten perusteella havaita muutamia asiakasprofiileja eli käyttäjäryhmiä, joiden sisällä henkilöillä on samankaltaiset elämäntilanteet ja tarpeet. Euroviisuklubin tapauksessa asiakasprofiilit eivät niinkään perustu sellaisiin yleisiin tekijöihin kuten ikä, sukupuoli ja ammatti. Näistä asiakasprofiileista yleisin vaikuttaa olevan Helsingissä asuva mies tai nainen, joka osallistuu mielellään kaikenlaisiin Euroviisuihin liittyviin tapahtumiin esikatselutilaisuuksista Euroviisudiskoihin. Toisella asiakasprofiililla on muuten samat tarpeet kuin edellä mainitulla, mutta nämä jäsenet asuvat pääkaupunkiseudun ulkopuolella ja siten heillä on korkeampi kynnyksen osallistua klubin pääasiassa Helsingissä järjestämiin tapahtumiin. Kolmas yleinen asiakasprofiili koostuu konservatiivisemmista ja passiivisemmista jäsenistä, joita ei erityisesti kiinnosta esimerkiksi Euroviisudiskot ja muut vastaavat tapahtumat, vaan heille klubin arvo piilee sen tarjoamassa informaatioissa ja Euroviisuihin liittyvässä keskustelussa. Tutkimuksen perusteella klubin tiedottaminen on tosin tärkeä tekijä kaikissa asiakasprofiileissa, mutta näille jäsenille informaatio on selkeästi se tärkein lisäarvon tuottaja. Ylläpitämällä ja luomalla tapahtumia, jotka tyydyttävät kaikki näitä asiakasprofiileja, Euroviisuklubi saa pidettyä jäsenyytyväisyyden mahdollisimman korkealla

Euroviisuklubin tulevaisuuden kannalta ei ole tarpeellista alkaa aktiivisesti markkinoida sen jäsenyyttä. Uudet jäsenet ovat toki aina tervetulleita, mutta liian nopea jäsenmäärän kasvu vaatisi kohtuuttoman paljon organisaatiota, mikä voisi vahingoittaa klubin nykyistä yhteisöllisyyttä. Euroviisuklubi OGAE Finland ry:n kannattaisi sen sijaan ehdottaa OGAE Estonialle jonkinasteista yhteistyötä klubien välillä. Molemmat voisivat toimia rauhassa omilla tahoillaan ja toisinaan yhdistää voimansa luodakseen jonkinlaisen suuremman tapahtuman, jolle varmasti olisi kysyntää. Näin organisaatio pysyisi samoissa mitoissa kuin nykyään toiminnan kuitenkin kasvaessa samalla.

5.2 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Validiteetti ilmaisee sen, kuinka hyvin tutkimukseen käytetyt menetelmät mittaavat juuri sen ilmiön ominaisuuksia, mitä oli tarkoituskin mitata. Tämän tutkimuksen validiteettia voidaan pitää erittäin hyvänä, sillä aineistonkeruussa esitetyillä kysymyksillä saavutettiin

laaja käsitys, siitä kuinka tyytyväisiä klubin jäsenet ovat ja mitkä asiat klubin toiminnassa ovat luoneet heille lisäarvoa tai kipukohtia. Juuri näitä asioita tutkimuksella oli tarkoitus selvittää. Lisäksi haluttiin kerätä uusia ideoita ja kehitysehdotuksia. Myös tässä tavoitteessa onnistuttiin hyvin. Vastaajilta saatiin paljon mielenkiintoisia ehdotuksia, joista monia voidaan todennäköisesti toteuttaa lähiaikoina.

Reliabiliteetti puolestaan ilmaisee sen, miten luotettavaa ja toistettavissa olevaa ilmiöstä valituilla menetelmillä kerätty tieto on. Myös tämän tutkimuksen reliabiliteetti on hyvä, koska tulokset olisivat todennäköisesti hyvin lähellä nyt saatuja tuloksia, jos tutkimus toteutettaisiin samoilla menetelmillä uudestaan. Kyselylomakkeen vastaajamäärässä päästiin aiemmin toimeksiantajan kanssa asetettuun tavoitteeseen eli noin 10 %:in koko jäsenmäärästä. Jos uuteen kyselyyn vastaisi toiset 10 %:a jäsenistä, toimeksiantajan mukaan voidaan olettaa, että lopputuloksissa ei ilmenisi mitään merkittäviä eroavaisuuksia nyt saatuihin tuloksiin. Tästä tutkimuksesta tehtyjä johtopäätöksiä voidaan siis hyödyntää Euroviisuklubi OGAE Finland ry:n toiminnan kehittämiseksi. On suositeltavaa, että vastaavia tutkimuksia jäsenyytyväisyydestä tehdään edelleen säännöllisin väliajoin. Esimerkiksi kolme vuotta on toimiva aikaväli, sillä siinä ajassa jäsenkanta uudistuu ja heidän tarpeensa voivat siten muuttua.

5.3 Opinnäytetyöprosessi ja oma oppiminen

Opinnäytetyöprosessi oli mielestäni varsin onnistunut ja hallittu kokonaisuus. Koen pääseeni käyttämään opintojeni aikana oppimiani taitoja ja asiantuntemusta alalla. Yhteydenpito toimeksiantajan kanssa oli sujuvaa ja yhteistyö oli muutenkin mutkatonta. Euroviisuklubin puheenjohtaja oli koko prosessin ajan nopeasti tavoitettavissa ja tarvittaessa tukea sai myös muilta klubin hallituksen jäseniltä. Tämä edesauttoi merkittävästi oman työskentelyni johdonmukaisuutta. Aineistonkeruu tutkimusta varten sujui melkein suunnitelmien mukaan. Kun kyselylomakkeen alkuperäinen vastausaika oli päättynyt, vastausten määrä ei ollut vielä asetetun tavoitteen mukainen. Vastausaikaa päätettiin jatkaa vielä viikolla eteenpäin ja lopulta tavoitteeseen päästiin. Haastateltavien valitseminen sujui helposti klubin varapuheenjohtajan avustuksella ja itse haastattelut hoituivat ongelmitta.

Kun kaikki aineisto oli kerätty, se analysoitiin osa-alue kerrallaan. Aineistosta oli suhteellisen helppoa löytää toistuvia seikkoja ja tehdä niistä johtopäätöksiä. Myös joistakin yksittäisistä kommentteista ja ehdotuksista sai hyvin poimittua toteutettavissa olevia kehitysehdotuksia. Onnistuin mielestäni tekemään kattavan kartoituksen jäsenten tyytyväisyydestä klubin nykyiseen toimintaan sekä heidän tarpeistaan ja toiveistaan tulevaisuutta ajatellen.

Teoreettisen viitekehyksen kokoaminen tuntui aluksi hieman hankalalta, mutta pian se alkoi kuitenkin muodostua paneuduttuani asiaan kunnolla. Opinnäytetyö oli prosessina varsin opettavainen kokemus. Se osoitti, että pystyn yksin tekemään kokonaisen tutkimuksen, josta on toimeksiantajalle todellista hyötyä. Opin prosessin aikana monia käytännön asioita tutkimuksen tekemisestä ja opin myös reagoimaan nopeasti lieviin ongelmatilanteisiin ennen kuin ne kerkesivät kehittyä pahemmiksi. Motivaatio oli toisinaan hieman kadoksissa erinäisistä syistä, mutta onnistuin aina löytämään sen uudelleen. Kokonaisuudessaan opinnäytetyön tekeminen oli mukava ja opettavainen prosessi.

Lähteet

Euroviisuklubi OGAE Finland ry. Klubi-info. Luettavissa:

http://www.euroviisuklubi.fi/index.php?option=com_content&view=section&id=8&Itemid=41. Luettu: 29.4.2015

Ferdinand, N. & Kitchin, P.J. 2012. Events management – an international approach. MPG Books Group. Bodmin, Cornwall.

Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä. Luettavissa: http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ ja_reliabiliteetti.pdf. Luettu: 3.5.2015.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13. – 14., osin uudistettu painos. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Iso-Aho, J. & Kinnunen, J. 2011. Tapahtumatuotannon palapeli – Näkökulmia merkityksiin, muutokseen ja kehittämiseen. Redfina Oy.

Lassila, S. & Rantanen T. 2012. Käyttäjälähtöisyyttä oppimassa – SYMBIO Living Lab – hankkeen kokemuksia käyttäjälähtöisestä tapahtumatuotannosta. Multiprint. Vantaa.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Karisto Oy. Hämeenlinna

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teknologiainfo Teknova Oy. Helsinki.

OGAE International. About Us. Luettavissa:

http://www.ogaeinternational.com/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=53. Luettu 29.4.2015

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Euroviisuklubi OGAE Finland ry:n toiminnan kehittäminen

Tämän kyselyn tarkoituksena on kehittää Euroviisuklubin toimintaa selvittämällä jäsenten tyytyväisyyttä toiminnan eri osa-alueilla

sekä keräämällä ideoita ja toiveita tulevaa varten. Kysely koostuu sekä monivalinta- että avoimista kysymyksistä ja siihen

vastaaminen kestää noin viisi (5) minuuttia. Vastaaminen tapahtuu nimettömänä ja vastauksia käytetään aineistona klubin

kehittämiprojektissa, joka toimii samalla restonomiopiskelijan opinnäytetyönä. Täytettyäsi lomakkeen, muistathan klikata

Lähetä -painiketta, jotta vastauksesi tallentuvat. Kiitos!

1. Sukupuoli? *

- Mies
- Nainen

2. Ikä? *

- Alle 18
- 18 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- yli 50

3. Paikkakunta? *

:

4. Kuinka kauan olet ollut klubin jäsenenä? *

- Alle vuoden
- 1 - 2 vuotta
- 2 - 5 vuotta
- 5 - 10 vuotta
- Yli 10 vuotta

5. Miksi olet OGAE:n jäsen? Voit valita useamman vaihtoehdon. *

- Jäsentapahtumat (risteilyt, pikkujoulut jne.)
- Klubikilpailut (OGAE Song Contest, OGAE Second Chance Contest)
- Jäsenedut
- Euroviisuaatteen tukeminen
- Lippupaketit Euroviisuihin
- Liput Suomen tai muiden maiden karsintoihin
- Euroviisuihin liittyvä informaatio (OGAE-uutiset, infolehtiset, viisukuppila)
- Muu syy

6. Kuinka tyytyväinen olet Euroviisuklubiin yleisellä tasolla? *

- Erittäin tyytyväinen
- Tyytyväinen
- Jokseenkin tyytyväinen
- Melko tyytymätön
- Täysin tyytymätön

7. Mikä on erityisesti edistänyt tyytyväisyyttäsi Euroviisuklubiin?

8. Mikä on mahdollisesti vähentänyt tyytyväisyyttäsi Euroviisuklubiin?

9. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia klubin järjestämiä tapahtumia? (0= ei lainkaan tärkeä, 5=erittäin tärkeä) □

0 1 2 3 4 5

The Eurovision Cruise

Pienemmät euroviisuristeilyt

Pikkujoulut

Esikatselutilaisuudet

OGAE:n Helsinki Pride -tapahtumat

Kisakatsomot

10. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia klubin tiedotuskanavia? (0= ei lainkaan tärkeä, 5= erittäin tärkeä) *

0 1 2 3 4 5

Euroviisuklubi.fi

Viisukuppila.fi (OGAEn puoli)

Euroviisuklubin Facebook-sivut

Kuukausittaiset infolehtiset sähköpostitse

OGAE Uutiset -lehti

11. Mitä muita tiedotuskanavia toivoisit klubin ottavan käyttöön tulevaisuudessa?

12. Kuinka tärkeää mielestäsi olisi järjestää paikallisia OGAE:n tapahtumia pienemmällä

paikkakunnilla ympäri Suomea? (0= ei lainkaan tärkeää, 5= erittäin tärkeää) *

0
 1
 2
 3
 4
 5

13. Minkälaisia tapahtumia toivoisit järjestettävän paikallisella tasolla (pienemmällä paikkakunnilla)?

14. Minkälaisia kokonaan uusia tapahtumia klubi voisi järjestää?

15. Jos sinulla on muuta palautetta klubille, voit kertoa sen tässä. Kiitos vastauksistasi.

Liite 2. Haastattelurunko

1. Oletko vastannut kyselylomakkeeseen? (Jos ei, kysyn joitain pohjustuskysymyksiä siitä)
2. Kuinka kauan olet ollut Euroviisuklubin jäsen ja mitkä ovat olleet merkittävimmät muutokset klubissa sinä aikana?
3. Mistä klubin järjestämistä tapahtumista on parhaat muistot? Mikä on ollut juuri sinulle klubin parasta antia?
4. Koetko, että klubilaisten tarpeet/toiveet eri tapahtumien suhteen ovat muuttuneet muutamana viime vuoden aikana? Jos kyllä, niin miten näihin muutoksiin on vastattu?
5. Toivoisitko, että Euroviisuklubin toiminta olisi Suomessa suurempaa eli koetko tarvetta aktiiviselle jäsenmäärän lisäämiselle? Vai pitäisikö vain keskittyä tämänhetkisen toiminnan ylläpitämiseen ja antaa jäsenmäärän kasvaa omaan tahtiin?
6. Toivoisitko enemmän yhteistyötä muiden maiden OGAE klubien kanssa?
7. Mitä kaikkea Euroviisuklubi voisi mielestäsi parhaimmillaan olla, jos mitään rajoitteita (maantieteellisiä, taloudellisia...) ei oteta huomioon?
8. Esiintyjätoiveita klubin eri tapahtumiin?
9. Muita kehitysehdotuksia millä tahansa toiminnan osa-alueella?