

Jäsenyyden lisäarvo ja sen kehittäminen MPI Finland yhdistyksessä

Sami Manner



Tekijä(t) Sami Manner	
Koulutusohjelma Liiketalous, Kansainvälinen kauppa	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Jäsenyyden lisäarvo ja sen kehittäminen MPI Finland yhdistyksessä	Sivu- ja liitesivumäärä 65 + 17
<p>Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Meeting Professionals International Finland Chapterille. Kyseessä on tapahtuma- ja koulutusalan yhdistys, joka palvelee alan ammattilaisia erilaisilla koulutustilaisuuksilla ja muilla oheispalveluilla. Opinnäytetyön tavoitteena oli tarkastella MPI Finlandin jäsenten kokemaa lisäarvoa yhdistykseen kuulumisesta sekä toimenpideehtotusten muodostaminen, joiden avulla olisi mahdollista tuottaa huomattavaa lisäarvoa jäsenille tulevaisuudessa.</p> <p>Tutkimus auttaa toimeksiantajaa heidän omissa tavoitteissaan, jotka ovat yhdistyksen houkuttelevuuden ja jäsenmäärän lisääminen sekä jäsenyytyväisyyden kehittäminen tulevaisuudessa. MPI Finland Chapter kilpailee jäsenistä suoraan kolmen muun yhdistyksen kanssa, jotka toimivat osittain samalla alalla. Kilpailu jäsenistä on tiukkaa ja siitä syystä toimeksiantajan tulee pystyä kehittymään ja hankkimaan uusia jäseniä, jotta toiminta voi jatkua mielekkäänä myös tulevaisuudessa.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa perehdyttiin verkostoitumiseen, kaupallisen arvon luomiseen ja yhdistystoimintaan. Lähteinä käytettiin aiheisiin liittyviä kansainväliä ja kotimaisia kirjallitteita ja luotettavia sähköisiä lähteitä. Kyseessä tietoperustan tarkoituksena oli antaa toimeksiantajalle hyödyllistä tietoa, jonka avulla se voi kehittää toimintaansa.</p> <p>Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisina havainnoitena ja haastatteluina sekä kvantitatiivisena kyselytutkimuksena. Havainnoinnit suoritettiin kahdessa toimeksiantajan järjestämässä koulutustilaisuudessa. Haastattelut tehtiin teemahaastatteluina, joissa viittä yhdistyksen jäsentä haastateltiin puhelimitse, kasvotusten ja VoIP-palvelu Skypen kautta.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella yhdistyksen jäsenet ovat pääosin hyvin tyytyväisiä jäsenyyden tuottamaan lisäarvoon. Useita kehityskohteita kuitenkin löytyi. Tulosten perusteella tulisi parantaa palvelujen tarjoajat -jäsenryhmän tyytyväisyyttä, vaihdella tilaisuuksien järjestämisai-koja, ottaa paremmin ulkopaikkakuntalaiset huomioon ja saada aktiivisemmaksi tilaisuuksien yleisöä. Verkostoituminen ja uuden oppiminen koettiin tärkeimmiksi tekijöiksi tilaisuuksiin osallistumisessa. Jäsenet olivat erittäin valmiita suosittelemaan jäsenyyttä muille.</p>	
Asiasanat Yhdistystoiminta, verkostot, kaupallinen lisäarvo, jäsenyys, kehittäminen	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Meeting Professionals International.....	4
2.1	MPI Finland.....	4
2.2	Jäsenryhmät Suomessa.....	5
2.3	Jäsentyttyväisyyden mittaaminen	6
2.4	Tuotteet ja palvelut.....	6
2.5	Kilpailijat.....	7
3	Yhdistys- ja järjestötoiminta ja arvon luominen jäsenille	10
3.1	Jäsenyys.....	11
3.2	Asiakkaan ja jäsenen elinkaari	11
3.3	Kaupallisen lisäarvon luominen jäsenille	12
4	Verkostot.....	13
4.1	Arvoverkostot	13
4.2	Verkostoituminen	14
5	Empiirinen tutkimus.....	16
5.1	Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus.....	16
5.1.1	Havainnointi	17
5.1.2	Jäsenkysely	19
5.1.3	Haastattelut.....	20
5.2	Tulosten analysointi	23
6	Tutkimustulokset	25
6.1	Havainnoinnin tulokset.....	25
6.1.1	Puhujien vaikutus kuuntelijoihin.....	25
6.1.2	Oppien välittyminen kuuntelijoille	26
6.1.3	Verkostoituminen jäsenten kesken ja uusien kontaktien syntyminen	26
6.1.4	Verkostoitumisen huomioon ottaminen tilaisuuksien järjestämisessä	27
6.1.5	Tilaisuuksien tunnelma ja ilmapiiri	28
6.2	Jäsenkyselyn tulokset.....	28
6.2.1	Taustatiedot	28
6.2.2	Vuoden 2014 tilaisuudet.....	33
6.2.3	Toiveita tuleviin tilaisuuksiin	37
6.2.4	Tyytyväisyys yhdistyksen toimintaan	39
6.3	Jäsenhaastattelut.....	45
6.3.1	Haastattelu 1	45
6.3.2	Haastattelu 2.....	47
6.3.3	Haastattelu 3.....	48
6.3.4	Haastattelu 4.....	49

6.3.5 Haastattelu 5.....	50
7 Pohdintaa ja kehitysehdotukset.....	52
7.1 Tutkimustulosten tarkastelu.....	52
7.1.1 Tilaisuuksiin ja yhdistykseen liittyvien tulosten tarkastelu	52
7.1.2 Muiden tulosten tarkastelu	55
7.2 Toimenpide-ehdotukset.....	56
7.3 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	58
7.4 Jatkotutkimusehdotukset.....	60
7.5 Oman oppimisen arviointi.....	60
Lähteet	61
Liitteet.....	66
Liite 1. MPI Finland Chapterin vuoden 2015 jäsenkysely.....	66
Liite 2. Jäsenkyselyn saateviesti	74
Liite 3. Muistutusviesti	75
Liite 4. Jäsenkyselyn avoimet vastaukset.....	76
Liite 5. Tilaisuuksien onnistuminen taustatekijöiden mukaan.....	79
Liite 6. Jäsenyyden suosittelu jäsenyyden keston mukaan.....	80
Liite 7. Valokuvia havainnoitavista tilaisuuksista.....	81

1 Johdanto

Yhdistys koostuu joukosta ihmisiä, joilla on jokin idea, aate tai ajatus ja haluavat toimia yhdessä heitä yhdistävän asian puolesta. Se ei toimi kuten yritys, sillä se ei tavoittele voittoa. Yhdistystoiminta on aatteellista, jonka tarkoituksena on toteuttaa yhdistyksen toiminta-ajatusta. Se pohjautuu vapaaehtoisuuteen, jonka takia sitoutuminen yhdistyksen aktiiviseen toimintaan vaatii aikaa ja työtä. Vaikka vapaaehtoistyöstä ei makseta palkkaa, on se siitä huolimatta usealla tavalla palkitsevaa. Usein yhdistystoiminnassa ollaan mukana edistämässä tärkeitä tai tietyn ryhmän asioita. Aktiiviseen toimintaan osallistumisen kautta voi saada ystäviä ja oppia uusia asioita. (Kansan Sivistystyön Liitto 2008, 7-8.)

Suomessa on nykyään noin 100 000 toiminnassa olevaa yhdistystä, joka tarkoittaa sitä, että jokaista toiminnassa olevaa yhdistystä kohtaan on olemassa noin 24 työssäkäyvää suomalaista (Findikaattori 2015; Patentti ja rekisterihallitus). Yhdistyksiä on siis erittäin paljon väkilukuun ja työssäkäyviin ihmisiin verrattuna. Yhdistykset käyvät kovaa kilpailua jäsenistä ja sen takia onkin erityisen tärkeää, että yhdistys pystyy erottautumaan joukosta. Jäsenten määrä on yksi yhdistyksen voimavaroista. Tämän lisäksi voimavaroja ovat jäsenten osaaminen sekä tiedot ja taidot, toimintaan käyttämä aika, aktiivisuus ja halu toimia yhdessä. (Kansan Sivistystyön Liitto 2008, 27.)

Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Meeting Professionals International Finland Chapterille. Kyseessä on tapahtuma- ja koulutusalan yhdistys, joka palvelee alan ammattilaisia erilaisilla koulutustilaisuuksilla ja muilla oheispalveluilla. Meeting Professionals International on vuonna 1972 Yhdysvalloissa perustettu järjestö. Toiminta on levinnyt vuosien aikana ympäri maailmaa mukaan lukien Eurooppa ja Suomi. Järjestöllä on lähes 20 000 jäsentä, joista hieman alle 100 on Suomen osaston jäseniä. Järjestön toimintaa on ollut Suomessa vuodesta 2004 lähtien ja toiminta on vakiintunutta. Yhdistys järjestää jäsenilleen vuosittain useita koulutustilaisuuksia. (Laukkanen 23.4.2015; MPI 2015)

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tarkastella MPI Finlandin jäsenten kokemaa lisäarvoa yhdistykseen kuulumisesta sekä toimenpide-ehdotusten muodostaminen, liittyen lisäarvon kasvattamiseen tulevaisuudessa. Tutkimus auttaa toimeksiantajaa heidän omissa tavoitteissaan, jotka ovat yhdistyksen houkuttelevuuden ja jäsenten määrän lisääminen sekä jäsenyytyväisyyden kehittäminen. MPI Finland kilpailee jäsenistä suoraan kolmen muun yhdistyksen kanssa, jotka toimivat osittain samalla alalla. Kilpailu jäsenistä on tiukkaa ja siitä syystä toimeksiantajan tulee pystyä kehittymään ja hankkimaan uusia jäseniä, jotta

toiminta voi jatkua mielekkäänä, monipuolisena ja uudistavana myös tulevaisuudessa.
(Laukkanen 23.4.2015.)

Tutkimusongelmaksi määriteltiin seuraavanlainen kysymyslauseke: Minkälaista lisäarvoa jäsenet kokevat saavansa MPI Finland Chapterin jäsenyydestä. Alaongelmaksi muodostui miten lisäarvoa voidaan tuottaa tulevaisuudessa mahdollisimman paljon jäsenille. Opin- näytetyöprosessin alussa vaikutti selvältä, että tutkimusongelmaa ja sen alaongelmaa ei voida selvittää käyttämällä yksinomaan määrällistä tai laadullista tutkimusta. Hyvän kokonaiskuvan tutkittavasta ilmiöstä voimme saada paremmin, jos yhdistelemme tutkimusmenetelmiä. Tästä syystä tutkimuksessa käytetty tutkimusmenetelmä oli yhdistelmä määrällistä ja laadullista tutkimusta.

Jäsenten kokemaa lisäarvoa tutkittiin menetelmätriangulaatiolla, eli käytössä oli useampi kuin yksi tiedonkeruumenetelmä. Tutkimuksen tiedonkeruuseen valikoitui kolme menetelmää, jotka olivat koulutustilaisuuksien havainnointi, jäsenkysely ja jäsenhaastattelut. Näiden lisäksi toimeksiantajasta kerättiin lisätietoa erillisellä haastattelulla. MPI Finlandin aiempina vuosina käyttämä jäsenkysely ei palvellut tehtävänsä kunnolla, joten yhtenä osana toimeksiantoa opinnäytetyöntekijä uudisti yhdistyksen jäsenkyselyn. Lisää tutkimusmenetelmästä, tiedonkeruumenetelmistä ja tutkimuksen toteutuksesta löytyy kappaleesta kuusi.

Tämän tutkimuksen yhteydessä käytettävällä käsitteellä jäsenyys tarkoitetaan sitä, että ihminen on yhdistyksen tai järjestön jäsen. Ihmisen tulee tietää yhdistyksen olemassaolosta ja olla kiinnostunut sen toiminnasta, jotta hän voi olla sen jäsen. Jäsenyys ei ole kenellekään pakollista, vaan se on aina vapaaehtoista. Vaikkakin yhdistystoiminta on tasavertaista vapaaehtoistoimintaa, yhdistys voi olla tarkoitettu tietyille ryhmälle, jolloin jäseneksi pääsee vain jos henkilö on esimerkiksi opiskelija. (Kansan Sivistystyön Liitto 2008, 27-28.)

Lisäarvo -käsitteellä tarkoitetaan sellaista parannusta tai lisää, jonka avulla kohteen arvo, johon se on lisätty, on entistä arvokkaampi (Cambridge Dictionary Online 2015). Tämän tutkimuksen yhteydessä sillä tarkoitetaan sitä arvoa, jonka jäsen kokee saavansa MPI Finland jäsenyydestään. Etenkin inhimillisen ja sosiaalisen pääoman kartuttaminen on tutkimuksen keskiössä. Inhimillinen pääoma liittyy yksilön hallussa oleviin tietoihin ja taitoihin sekä osaamiseen, joilla on vaikutuksia yksilön hyvinvoinnin saavuttamiseen sekä tehokkaaseen toimintaan. (Tilastokeskus 2006; Yvistä Energiaa 2015). Sosiaalinen pääoma puolestaan liittyy inhimilliseen pääomaan ja sillä tarkoitetaan sosiaalisiin verkostoihin, luottamukseen ja vastavuoroisuuteen liittyviä pääomia (Tilastokeskus 2006).

Opinnäytetyön tietoperustassa (luvut 2,3,4 ja 5) käsitellään aiheita, kuten verkostoja, kaupallisen arvon luomista ja yhdistystoimintaa. Tietoperustan tiedot ovat kerätty tutkimalla aiheisiin liittyvää kansainvälistä ja kotimaista kirjallisuutta, jonka lisäksi edellä mainittuja tietoja on tuettu luotettavien internetsivujen avulla. Kyseessä olevan osion tarkoituksena on antaa toimeksiantajalle tietoa, jonka avulla se voi kehittää toimintaansa. Lisäksi tietoperusta luo opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen, joka ohjaa tutkimuksen näkökulmaa. Toimeksiantaja esitellään luvussa 2. Työn empiirisessä osuudessa (luvut 6 ja 7) kuvataan tutkimus- ja tiedonkeruumenetelmien valintaa, tulosten analysointia ja esitellään tutkimustulokset. Opinnäytetyön viimeisessä osiossa (luku 8) tarkastellaan esitettyjä tutkimustuloksia, vedetään niiden pohjalta johtopäätökset ja kehittämisehdotukset, esitetään jatko-tutkimusehdotukset sekä pohditaan tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä. Lisäksi arvioidaan opinnäytetyöntekijän omaa oppimista ja ammatillista kehittymistä.

2 Meeting Professionals International

Meeting Professionals International, lyhennettynä MPI, on maailman suurin kokous- ja tapahtuma-alan yhteistyöjärjestö. Se on puolueeton ja voittoa tavoittelematon järjestö, jolla on noin 18 500 jäsentä ympäri maailmaa. Yhdysvalloissa vuonna 1972 perustetun järjestön tavoitteena on luoda ammatillisia menestymahdollisuuksia jäsenilleen. Tähän tavoitteeseen se pyrkii järjestämällä erilaisia mahdollisuuksia tietojen ja taitojen kehittymiselle ja jäsenten väliselle verkostoitumiselle. MPI toimii nykyään jo 70 maassa. (Meeting Professionals International a 2015.)

MPI Eurooppa on yksi MPI:n jaostoista. Se perustettiin vuonna 1991 ja tällä hetkellä jaoston alueella toimii 15 maakohtaista aktiivista klubia tai osastoa. MPI Euroopalla on nykyisin 2400 jäsentä. European Meetings and Events Conference, lyhennyttynä EMEC, ja muut vastaavat tapahtumat ovat järjestetty juuri tätä jäsenryhmää varten. Erityisesti nämä tapahtumat antavat mahdollisuuden jäsenten väliseen kansainväliseen yhteistyöhön. (Meeting Professionals International Finland Chapter b 2015.)

MPI:n toimintaa voidaan järjestää tietyille kohdealueelle Club tai Chapter -tasolla. Tasojen Club ja Chapter merkittävin ero on niiden koko jäsenmäärällä mitattuna. MPI Clubissa täytyy olla vähintään 30 jäsentä, jotta se voi saada Club -statuksen. Toisaalta sen jäsenmäärä voi olla korkeintaan 45, jonka jälkeen Clubin tulee hakea Chapter -statusta. Clubin ja Chapterin toiminta on hyvin pitkälti samanlaista, vaikkakin Club operoi pienemmässä mittakaavassa. Chapter nauttii myös muutamista eduista, joista Club -tason MPI organisaatio ei pääse nauttimaan, kuten laskujen hinnanalennuksista sekä korkeasta tuesta ohjelma ja työntekijä tasolla. (Laukkanen 23.4.2015; Meeting Professionals International c 2015.)

2.1 MPI Finland

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii MPI kattojärjestön Suomen osasto MPI Finland. Kyseinen osasto on toiminut Suomessa vuodesta 2004 asti ja sillä on nykyään noin 90 jäsentä, joille se tarjoaa erilaisia koulutus- ja verkostoitumistilaisuuksia kahdeksan kertaa vuodessa. Sen lisäksi, että järjestön tarkoituksena on edistää jäsenistönsä ammatillista kehittymistä, se myös pyrkii nostamaan tapahtuma-alan yleistä arvostusta. (Laukkanen 23.4.2015; Meeting Professionals International Finland Chapter b 2015.)

Yhdistyksen toiminnan aloittamista alettiin työstää Suomessa vuonna 2002. MPI Finlandin toiminta aloitettiin vuonna 2004 Club -statuksella. Aluksi Clubin tunnettuus oli pientä, joka oli yhdistyksen yksi suurimmista haasteista. Toiminta kehittyi ja kasvoi kuitenkin nopeasti ja vuonna 2005 yhdistyksen status vaihtui Chapteriksi. Parhaimmillaan MPI Finland Chapterin jäsenmäärä kohosi 120 jäseneseen, mutta viime vuosien vaikea taloustilanne on vähentänyt yritysten innokkuutta kustantaa jäsenyyksiä työntekijöilleen. Tämän seurauksena jäsenmäärä on pienentynyt ja tällä hetkellä Suomen osastolla on jäseniä 90. Jäsenmäärä on pysynyt hyvin stabiilina muutaman viime vuoden aikana. MPI Finlandin yksi suurimmista tavoitteista tulevaisuudessa on nostaa jäsenten määrä entiseen huippuunsa. (Laukkanen 23.4.2015.)

Yhdistyksellä on kolme merkittävää keinoa uusasiakashankintaan. Nämä keinot ovat messuille osallistuminen, sähköpostikampanjat ja potentiaalisten asiakkaiden kutsuminen koulutustilaisuuksiin. Messuilla MPI Finland on toiminut näytteilleasettajina, jonka myötä he ovat markkinoineet ja myyneet palveluitaan potentiaalisille asiakkaille. Sähköpostikampanja on järjestetty neljä kertaa vuodessa ja sen tarkoituksena on herättää mielenkiintoa yhdistyksen toimintaan. Viimeinen merkittävä keino uusien jäsenten hankinnassa on ollut potentiaalisten asiakkaiden kutsuminen yhdistyksen järjestämiin tilaisuuksiin. Tällä tavoin on voitu konkreettisesti esitellä yhdistyksen toimintaa ja luoda positiivinen vaikutus potentiaaliin asiakkaisiin. Näiden keinojen lisäksi yhdistys pyrkii kannustamaan yhdistyksen nykyisiä jäseniä kartuttamaan jäsenkantaan. Tämä tapahtuu siten, että kun jäsen saa hankittua yhdistykselle uuden jäsenen, nykyinen jäsen saa helpotuksia seuraavaan jäsenmaksuunsa. (Laukkanen 23.4.2015.)

2.2 Jäsenryhmät Suomessa

MPI Finlandin jäseneksi pääsee liittymällä MPI Euroopan jaostoon. Järjestön Suomen osaston jäsenistö koostuu pääosin neljästä ryhmästä (Meeting Professionals International Finland Chapter b 2015):

- opiskelijat
- oppilaitosten edustajat
- palvelujen tarjoajat
- palvelujen ostajat.

Opiskelijoille jäsenyys on varsin edullinen, 40 euroa vuodessa, joka osaltaan varmasti helpottaa päätöstä liittyä jäseneksi. Opiskelija -jäsenet saavat osallistua vuoden kaikkiin tilaisuuksiin, joiden ansiosta he tutustuvat alan uusimpiin trendeihin ja puheenaiheisiin,

sekä pääsevät luomaan omia ammatillisia verkostojaan. Kaikki jäsenryhmät ovat oikeutettuja edellä mainittuihin jäsenetuihin. (Meeting Professionals International Finland Chapter b 2015.)

Oppilaitosten edustajat ovat omana jäsenryhmänään edustettuina järjestössä. Kyseinen jäsenryhmä maksaa jäsenyydestään 195 euroa vuodessa. Oppilaitosten edustajat pystyvät nostamaan järjestön näkyvyyttä opiskelijoiden keskuudessa sekä luomaan omia ammatillisia verkostoja ja saamaan viimeisintä tietoa alan trendeistä. (Meeting Professionals International Finland Chapter b 2015.)

Palvelujen ostajat saavat jäsenyyden 375 euron ja palvelujen tarjoajat 500 euron hintaan. Yhdistys tarkkailee kyseisten jäsenien välistä suhdetta ja pyrkii pitämään sen kohtuullisen tasaisena. Tällä linjauksella varmistetaan se, että järjestön voimasuhteet pysyvät tasapainossa ja molempien jäsenryhmien mielenkiinto toimintaa säilyy. (Meeting Professionals International Finland Chapter b 2015.)

2.3 Jäsentytyväisyyden mittaaminen

Jäsentytyväisyyden mittaamiseen yhdistys käyttää nykyään kolmea eri kyselyä. MPI kattojärjestö suorittaa kerran vuodessa globaalin kyselyn, joka lähtee jokaiselle jäsenelle maailmanlaajuisesti. Tämän kyselyn lisäksi MPI Finland järjestää vuotuisen jäsenkyselyn aina vuoden alkupuoliskolla, jota täydennetään jokaisen yhdistyksen järjestämän tilaisuuden jälkeen suoritettavalla pienimuotoisella mielipidekyselyllä. (Laukkanen 23.4.2015.)

Jäsenkyselyn uudistaminen vuodelle 2015 oli määritelty yhdeksi tavoitteeksi tälle opinnäytetyölle. Palautetta kerätään kyselyiden lisäksi myös välittömästi tilaisuuksien aikana, yleensä tilaisuuden sisältöön liittyen. (Laukkanen 23.4.2015.)

2.4 Tuotteet ja palvelut

Koulutustilaisuuksien lisäksi MPI Finlandilla on muitakin palveluita, joista sen jäsenet pääsevät hyötymään. Merkittävimmät näistä lisäpalveluista ovat EMEC, Hosted Buyer -ohjelma ja kansainvälinen tietopankki yhdistyksen internetsivuilla. Kyseiset palvelut linkittyvät vahvasti MPI kattojärjestön ja Euroopan jaoston toimintaan ja ne ovatkin palveluita, joita jäsenet pystyvät käyttämään maailmanlaajuisesti. (Laukkanen 23.4.2015.)

European Meetings & Events, EMEC, on vuotuinen MPI konferenssi. Se järjestetään joka vuosi eri paikassa ja järjestäjämaan paikallinen osasto on vahvasti sen organisoinnissa

mukana. Tämän vuoden EMEC järjestettiin Krakovassa, Puolassa ja vuoden 2016 EMEC tullaan järjestämään Kööpenhaminassa, Tanskassa. Kyseisen konferenssin tarkoitus on tuoda tapahtuma- ja kokousalan toimijat tehokkaasti yhteen ja tarjota heille koulutukseen ja verkostoitumiseen painottuva tapahtuma. European Meetings & Events on yksi järjestön vuoden huipputapahtumista. Vieraita konferenssiin saapuu noin 300–350. Vieraat koostuvat MPI Euroopan jäsenistä ja muista tapahtuma- ja kokousalan toimijoista. EMEC-konferenssia ei ole järjestetty vielä koskaan Suomessa, mutta se lienee mahdollista tulevaisuudessa. Tällä hetkellä esteenä on suhteellisen pieni rahallinen budjetti, jolla pitäisi palkata projektipäällikkö konferenssia järjestämään. (European Meetings and Events Conference 2015; Laukkanen 23.4.2015.)

Hosted Buyer -ohjelmalla pyritään tuomaan oikeat palvelujen tarjoajat ja ostajat yhteen. Näiden kohtaamisten kautta, jäsen voi solmia merkittäviä liikesuhteita kansainvälisesti. Hosted Buyer -ohjelma sijoittuu aina jonkin kansainvälisen suuren tapahtuman, kuten European Meetings & Events -konferenssin yhteyteen. Vuonna 2015 on kolme tapahtumaa, joiden yhteydessä on mahdollisuus osallistua kyseessä olevaan ohjelmaan, jotka ovat European Meetings & Events, World Education Congress sekä IMEX. Ohjelmaan tulee hakea hyvissä ajoin, jotta MPI pystyy järjestämään arvokkaan kohtaamisen. (Laukkanen 23.4.2015; Meeting Professionals International b 2015.)

MPI Finland täydentää palveluntarjontaansa kansainvälisellä datatietopankilla, joka on jäsenten käytettävissä yhdistyksen internetsivuilla. Kyseessä on monitoiminen työkalu tapahtuma- ja kokousalan toimijoille. Datatietopankki on tarkoitettu pelkästään yhdistyksen jäsenille ja se koostuu alaa koskevista tutkimuksista, artikkeleista sekä muusta kirjallisuudesta. Sieltä on myös mahdollista saada tietoa MPI järjestöstä sekä järjestön nykyisistä ja vanhoista jäsenistä. Kyseinen palvelu sisältää myös kansainvälisen puhujatietopankin, josta voi etsiä mieleisensä puhujan tiettyyn tilaisuuteen. Datatietopankki täydentää hyvin MPI Finlandin palveluntarjontaa ja korostaa entisestään yhdistyksen kansainvälistä profiilia. (Laukkanen 23.4.2015.)

2.5 Kilpailijat

MPI Finlandilla on kolme suoraa kilpailijaa Suomessa, jotka ovat Suomen Liikematkayhdistys ry, Congress Network Finland ry sekä Sponsorointi ja Tapahtumamarkkinointi ry. Kyseisten yhdistysten toiminta on lähellä toisiaan, jonka seurauksena ne kilpailevat myös osittain samoista jäsenistä. (Laukkanen 23.4.2015)

Suomen Liikematkayhdistys ry, FBTA, on liikematkapalvelujen ostajille ja tuottajille tarkoitettu yhdistys. Se pyrkii edistämään liikematkapalvelujen matkahallinnon ja hankinnan osaamista Suomessa. Yhdistys tuottaa lisäarvoa jäsenilleen tarjoamalla kattavan yhteistyöverkoston ja alaan liittyvää tietoa. FBTA järjestää jäsenilleen koulutustilaisuuksia, joiden lisäksi heidän internetsivuilla on myös jäsenten käyttöä varten tietopankki. Yhdistyksen toiminta muistuttaa hyvin paljon MPI Finlandin toimintaa, mutta se keskittyy vahvasti liikematkailuun ja osittain kokousten hallintaan kun taas MPI keskittyy tapahtuma- ja kokousalaan kokonaisvaltaisesti. FBTA ei ilmoita jäsenmääräänsä internetsivuillaan, joten yhdistysten kokoeroa jäsenmäärällä mitattuna on mahdotonta vertailla. (Suomen Liikematkayhdistys ry FBTA a 2015; Suomen Liikematkayhdistys ry FBTA b 2015.)

Congress Network Finland, CNF, on kokous- ja kongressialan yhdistys. Se on varsin uusi yhdistys. CNF on perustettu vuonna 2010 Suomen kansainvälisen kongressimarkkinoinnin ja Matkailun edistämiskeskuksen yhteen liittymisen seurauksena. Yhdistys on nykyään kokous- ja kongressialan ammattilaisten työväline, jonka avulla jäsenet pääsevät hyötymään kategoriakokouksista ja ammattiverkostosta. CNF pyrkii säilyttämään ja kehittämään Suomen mainetta ammattitaitoisena kongressimaana. Yhdistys järjestää vuosittain 2-3 tilaisuutta jäsenilleen, joka on huomattavasti vähemmän kuin mitä MPI Finland järjestää. Yksi tämän tutkimuksen jäsenhaastatteluihin osallistunut henkilö toimii kyseessä olevan yhdistyksen hallituksessa ja hänen mukaan suurin erottava tekijä MPI Finlandin ja CNF:n välillä on sen jäsenkanta (Haastattelu 1). Yhdistykseen eivät kuulu loppuasiakkaat eli palvelujen ostajat toisin kuin MPI Finlandilla (Haastattelu 1). Lisäksi yhdistyksen jäseninä toimivat yritykset eivätkä yksittäiset henkilöt. Jäsenmaksu on 300 euroa (plus 24 % alv) yritystä kohden, joka oikeuttaa kahden yrityksen työntekijän osallistumaan koulutustilaisuuksiin. Jäsenyrityksiä yhdistyksellä on tällä hetkellä 71. (Congress Network Finland ry 2015.)

Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry on sponsoroinnin ja tapahtumamarkkinoinnin puolestapuhuja Suomessa. Sen tavoitteena on lisätä alan tuloksellisuutta ja osaamista, johon se pyrkii tuomalla brändit, oikeuksien omistajat sekä alan asiantuntijat yhteen. Yhdistys järjestää jäsenilleen mahdollisuuden osallistua erilaisiin koulutusmatkoihin ja seminaareihin, jonka lisäksi se tuottaa laaja-alaisesti alaan liittyviä artikkeleita. Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry:llä on alle 60 jäsenyritystä. Jäsenmaksuluokkia on kolme, jotka ovat hinnaltaan 500, 1000 ja 2000 euroa. Halvimmalla hinnalla yritys saa 1-6 henkilölle jäsenyyden, tuhannella eurolla se saa 7-50 henkilölle jäsenyyden ja kalleimmalla jäsenmaksulla se saa yli 50 henkilölle jäsenyyden. Jäsenyyksiä myydään CNF:n tavoin suoraan yrityksille sillä poikkeuksella, että jäsenmaksuluokkia on yhden sijasta kolme. (Sponso-

rointi & Tapahtumamarkkinointi ry a 2015; Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry b 2015; Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry c 2015; Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry d 2015.)

3 Yhdistys- ja järjestötoiminta ja arvon luominen jäsenille

Yhdistys- ja järjestötoiminnalla on pitkät juuret Suomessa. Suomalaiset innostuivat yhdistystoimintaan jo 1800-luvun lopussa. Ensimmäisten yhdistysten tavoitteina olivat kansalaisten sivistäminen ja isänmaallisuuden kasvattaminen. Nämä yhdistykset perustettiin sivistyneistön aloitteesta, mutta myöhemmin myös rahvaat lähtivät yhdistystoiminnan organisointiin mukaan. (Otavan opisto 2015.)

Suomessa oli vuonna 2014 noin 100 000 toiminnassa olevaa yhdistystä, joilla oli yhteensä arviolta jopa 15 miljoonaa jäsentä. Yhdistyksiä ja järjestöjä on perustettu moneen eri tarkoitukseen, mutta niitä yhdistää se, että ne ajavat aina jotain tiettyä aatetta ja pyrkivät toteuttamaan yhteistä tarkoitusta. (Patentti- ja rekisterihallitus a 2015.)

Yhdistys voi olla rekisteröimätön tai rekisteröity. Rekisteröimättömän yhdistyksen toiminnasta vastaavat yhdistyksen johto, kunnes rekisteröintimerkintä on saatu. Rekisteröity yhdistys saa oikeuskelpoisuuden ja se on itsenäinen oikeushenkilö. Oikeuskelpoisuuden kautta yhdistyksellä on kyky saada oikeuksia ja tulla velvoitetuksi. Rekisteröity yhdistys voi muun muassa tehdä sitoumuksia ja sopimuksia, omistaa kiinteää omaisuutta, tehdä kauppoja, vastaanottaa lahjoituksia, järjestää julkisia tilaisuuksia, olla jäsenenä toisessa yhdistyksessä ja toimia ulkomailla. Rekisteröidyistä yhdistyksistä pidetään kirjaa Patentti- ja Rekisterihallituksen ylläpitämässä yhdistysrekisterissä. Kyseisessä rekisterissä on tällä hetkellä noin 135 000 yhdistystä. (Patentti- ja rekisterihallitus 2014.)

Aatteellinen yhdistys on rekisteröity yhdistys, jossa on vähintään kolme jäsentä ja jonka tarkoitus on aatteellinen. Aatteellisella tarkoituksella tarkoitetaan toimintaa, jolla ei tavoitella voittoa tai taloudellista ansiota jäsenille. Aatteellisten yhdistysten toimintaa säätelevät yhdistyslaki. Yhdistyslaki koskee ainoastaan aatteellisia yhdistyksiä. Yhtiöt, osuuskunnat tai muut yhteisöt, joiden tarkoituksena on voiton tai muun taloudellisen edun tavoitteleminen, ovat yhdistyslain ulkopuolella. (Tilastokeskus 2015.)

Suomessa puhutaan usein rinnakkain järjestöistä ja yhdistyksistä, joten mikä niiden ero käytännössä on? Yhdistys voidaan mieltää järjestön perusyksikkönä, jonka muodostavat jäsenet. Yhdistykset voivat toimia valtakunnallisesti, mutta pääosin ne toimivat paikallisesti. Järjestö puolestaan tarkoittaa yleensä suurempaa kokonaisuutta, kuten valtakunnallista organisaatiota, johon kuuluu pienempiä osia, kuten paikallisia yhdistyksiä. (OK-Opintokeskus 2009.)

3.1 Jäsenyys

Yhdistys muodostuu jäsenistä. Yhdistyksen jäsen voi olla yksityinen henkilö, säätiö ja yhteisö. Rekisteröidyn yhdistyksen jäsenillä on oikeus osallistua yhdistyksen toimintaan ja sen päätöksentekoon sekä tulla valituksi yhdistyksen toimielimiin että valvoa yhdistyksen toimintaa. Jäsenet eivät vastaa henkilökohtaisesti yhdistyksen sitoumuksista. (Finlex 2015; Patentti- ja rekisterihallitus 2010.)

Kaikkien yhdistysten pitää kohdella jäseniään tasavertaisesti ja jäseniä ei voida pakottaa tekemään mitään. Toiminta on vapaaehtoista ja henkilö voi olla jäsenenä useammassa yhdistyksessä yhtäaikaaisesti ja jopa toimia useammassa hallituksessa. (Kansan Sivistystyön Liitto 2008, 28-29.)

Jäsenyyden voi lopettaa milloin tahansa jäsen niin haluaa. Eroamisesta tulee ilmoittaa yhdistyksen hallitukselle, sen puheen johtajalle tai yhdistyksen kokouksessa. Eroaminen on välitöntä, ellei siitä ole erikseen päätetty toisin yhdistyksen säännöissä. (Kansan Sivistystyön Liitto 2008, 29.)

3.2 Asiakkaan ja jäsenen elinkaari

Asiakkuudella ja jäsenyydellä on eri vaiheensa. Yhdistyksen asiakkaita ovat jäsenet, mutta käytän tässä kappaleessa termejä asiakkaan elinkaari ja asiakassuhde, koska nämä ovat yleisesti ottaen vakiintuneemmat termit ja niistä löytyi huomattavasti enemmän kirjallisuutta.

Asiakkaan toiminta ja ajattelutapa vaihtelevat suuresti asiakassuhteen eri vaiheissa. Tästä syystä on hyvin tärkeää, että yritys ymmärtää asiakassuhteen eri vaiheet ja seuraa asiakassuhteen kehittymistä. Kun yritys seuraa asiakassuhteen kehittymistä, se pystyy erilaisilla markkinointitoimenpiteillä ohjaamaan asiakasta vaiheesta toiseen. (Bruhn, M. 2003, 45-46; Savon koulutuskuntayhtymä 1994.)

Yleisesti asiakassuhde voidaan jakaa kolmeen eri vaiheeseen, jotka ovat (Bruhn, M. 2003, 46):

1. asiakassuhteen luomisvaihe
2. asiakassuhteen säilyttämisen vaihe
3. asiakassuhteen kehittämisen vaihe.

Asiakassuhteen luomisvaihe on kriittinen varsinkin aloittelevalla organisaatiolla. Tässä vaiheessa markkinointi suunnataan potentiaalisiksi luokiteltuihin asiakasryhmiin. Asiakkaalla on päätöstilanteessa paljon vaihtoehtoja, joten hänelle pitää tuoda palveluiden tai tuotteiden arvo esille mahdollisimman hyvin. Organisaation täytyy saada uusia asiakkaita, koska hyvästä palvelusta ja tehokkaasta markkinoinnista huolimatta organisaatio tulee myös menettämään asiakkaita, joka on osa luonnollista kiertoa. Uusien asiakkaiden saaminen on vahvistus ja seuraus organisaation kilpailukykyisestä toiminnasta. (Bruhn, M. 2003, 47-49; Savon koulutuskuntayhtymä 1994.)

3.3 Kaupallisen lisäarvon luominen jäsenille

Useat yritykset ja organisaatiot ovat kaatuneet siihen, että ne ovat lähteneet tavoittelemaan uusia asiakkaita ja mahdollisuuksia muun toiminnan kustannuksella. Samalla jo olemassa olevat asiakkaat ovat jääneet toissijaiseen asemaan. Uudet mahdollisuudet ovat usein hyvin houkuttavia, mutta niiden takia ei ole syytä laiminlyödä jo olemassa olevaa asiakaskuntaa. (Dwyer, R. & Tanner, J. 2001, 130-131.)

Arvon luominen asiakkaalle on jokaisen onnistuneen liiketoiminnan perusta. Arvon luominen kasvattaa asiakkaan lojaaliutta, joka puolestaan tuottaa kasvua ja voittoa liiketoiminnalle. Voiton tekeminen on usein välttämätöntä organisaatiolle ja usein päätöksiä tehdään raha ja voitto mielessä. Voiton tekeminen on kuitenkin seurausta arvon luomisesta, joka yhdessä lojaaliuden kanssa on jokaisen menestyvän ja pitkäaikaisen organisaation ytimessä. Ainoa tapa pysyvän kehityksen saavuttamiseen onkin arvon luomisen ja lojaaliuden parantaminen kestävästi. (Reichheld, F. 2001, 3.)

Return on Investment, ROI, on hyvä mittari investoinnin tuotolle. Investoinnilla eli sijoituksella voidaan tarkoittaa monia asioita, kuten taloudellisen pääoman tai ajan sijoitusta. Yhdistyksen jäsen käyttää pääosin aikaansa yhdistyksen toimintaan osallistuessaan, joten hän odottaa sijoituksellensa tuottoa. Lisäksi jäsenen jäsenyyden maksaa todennäköisesti jäsenen työnantaja, joka odottaa myös tuottoa sijoitukselleen. (Rachlin, R. 1997, 3-4.)

4 Verkostot

Verkostosta puhutaan silloin, kun kyseessä on verkkoa muistuttava muodostelma tai rakennelma. Verkostolla tarkoitetaan yksittäistä verkkoa suurempaa kokonaisuutta. Ihmisten ja yritysten luomia verkostoja kutsutaan sosiaalisiksi eli yhteisöllisiksi verkostoiksi. Yritysten ja organisaatioiden luomat verkostot kuitenkin eroavat hieman ihmisten välisistä verkostoista. Organisaatioiden välille voi syntyä sidoksia, joiden jatkuvuus ei ole riippuvainen yksittäisistä sosiaalisista suhteista. Tosin täytyy muistaa, että organisaatioiden väliset suhteet ovat myös ihmisten muodostamia, joten ne eivät ole täysin erillään sosiaalisista verkostoista. (Ford, D., Gadde, L., Håkansson, H. & Snehota, I. 2003,18; Verkostojohtamisen opas 2015.)

Managing Business Relationship -kirjassa kuvaillaan verkostoa rakenteeksi, jossa solmut, eli erilliset yksiköt, kytkeytyvät toisiinsa tietyillä rihmoilla. Tällä ajattelutavalla liiketoimintaympäristö voidaan nähdä verkostona, jossa solmut ovat liiketoimintayksiköitä, jotka puolestaan koostuvat muun muassa tuottajista, asiakkaista, palvelun tarjoajista sekä tiedosta ja vaikutusvallasta. Näistä yhteyksistä muodostuneet rihmastot ovat yritysten välisiä verkostoja. Sekä rihmat, että solmut omaavat oman erityisen sisällön tämän kaltaisessa verkostossa. Rihmat ja solmut koostuvat erilaisista pääomista, kuten fyysisistä, taloudellisista sekä tiedollisista pääomista. (Ford, D. ym. 2003,18.)

Verkosto ei ole yksittäisten ja eristyneiden vuorovaikutusten maailma. Se on tulosta yritysten sisäisistä ja keskinäisistä monimutkaisista vuorovaikutuksista ajan myötä. Koska jokainen yritys on sulautettu erilaisten suhteiden verkostoon, ne saavuttavat etuja ja saattavat itsensä alttiiksi kuluille, jotka ovat seurausta verkoston toiminnasta. (Ford, D. ym. 2003, 18.)

Verkostot on mahdollista jakaa myös tietoisesti rakennettuihin ja vapaasti kehittyviin. Tietoisesti rakennettujen verkostojen olemassaolo ja niiden rajat ovat selkeämmät hahmottaa kuin vapaasti kehittyvien verkostojen. Tämän kaltaiset verkostot ovat olemassa tai muodostuvat ilman tietoista rakentamista. (Ford, D. ym. 2003, 18.)

4.1 Arvoverkostot

Lappeenrannan teknillisen yliopiston sivuilla arvoverkosto määritellään suhteiden verkostoksi, jolla luodaan sekä aineellista että aineetonta arvoa ryhmän tai yksilöiden välisen monimutkaisen dynaamisen vaihdannan kautta. Kyseisen yliopiston nuorempi tutkija Da-

niela Grudinschi puolestaan kuvailee arvoverkostoja yksinkertaisemmin arvon luomiseksi yhteistyön avulla. Tällaisessa tilanteessa arvon luomisesta hyötyvät kaikki verkoston kumppanit. (Lappeenrannan teknillinen yliopisto 2015; Tulevaisuus 2030 2013.)

Arvoverkostojen luomisessa on tärkeää osata järjestää verkostojen toimintaa sillä tavalla, että jokainen kumppani osallistuu arvon luomiseen eli arvo syntyy yhteistyön pohjalta. Tämä tavoite korostaa hyvän johtamisen tärkeyttä verkostoissa. Jos verkostoja osataan yhdessä johtaa, arvoa pystytään jatkuvasti luomaan verkoston jokaiselle osapuolelle. (Tulevaisuus 2030 2013.)

Arvoverkostoihin turvaudutaan usein silloin, kun pyritään ratkaisemaan ongelmia, joita ei ole mahdollista tai helppoa ratkaista ilman kumppania. Tällöin verkoston kumppanien kyvykkyyksien ja resurssien täydentäminen toimii hyvänä motivaationa, joka tuo kumppanit yhteen. Kumppanien kyvykkyydet ja ominaisuudet on hyvä punnita, jotta arvoverkoston avulla voidaan mahdollisimman tehokkaasti ratkaista yhteinen haaste. Tavoitteena on aina haasteen ratkaiseminen pienimmällä mahdollisella panoksella. (Tulevaisuus 2030 2013.)

Arvoverkostojen johtamisessa voidaan hyödyntää työkalua nimeltä arvokartta, joka on visuaalinen työkalu ja se on tarkoitettu arvoverkostojen dynamiikan ymmärtämiseen. Sen avulla arvoverkoston johtajat ja kumppanit voivat hahmottaa miten lisää arvoa pystytään luomaan yhteistyöprosessissa. Haasteiden ja kumppanien vahvuuksien tunnistaminen auttaa myös usein arvoverkostojen johtamisessa. (Tulevaisuus 2030 2013.)

4.2 Verkostoituminen

Verkostoituminen on ollut jo pitkään ajankohtainen ja keskusteltu aihe erityisesti liike-elämässä ja sitä se on edelleenkin. Miksi verkostoituminen on niin tärkeä käsite nykypäivän liikehmisille sekä yrityksille ja organisaatioille?

Nykyisessä toimintaympäristössä yritykset ja erilaiset organisaatiot ovat entistä voimakkaammin verkostoituneita. Yksinkertainen syy tähän on se, että yritykset pyrkivät keskittymään entistä enemmän ydinosaamiseensa ja hankkimaan muut tarvittavat palvelut ja toiminnot ulkoiselta toimittajalta. Tätä toimintamallia kutsutaan myös termillä ulkoistaminen. Ulkoistamisessa on tärkeää, että yrityksellä on hyvät, luotettavat ja kattavat verkostot, jotka tukevat sen liiketoimintaa. Tämä on yrityksen tietoinen valinta, strategia, jonka avulla yritykset pyrkivät menestymään alati kiristyvässä kilpailussa paremmin. Tällä tavoin

ne pystyvät käyttämään resurssejaan niihin toimintoihin, jotka tuottavat eniten arvoa yritykselle. (Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry 2005.)

Taloudellinen pääoma on yleisesti tunnettu käsite. Se tarkoittaa materiaalista varallisuutta, joka voi koostua muun muassa rahasta ja omaisuudesta. Yksilöt ja yritykset käyttävät taloudellista pääomaa tulevan varallisuuden kerryttämiseksi. Sosiaalinen pääoma on puolestaan varsin tuntematon käsite. Kyseinen käsite on huonosti tunnettu, vaikka sillä voi olla jopa enemmän voimaa ja vaikutusta kuin taloudellisella pääomalla. Ihmisten välisellä verkostoitumisella on mahdollista kerryttää sosiaalista pääomaa ja tämä on usein motivaationa verkostoitumiselle vaikka henkilö ei sosiaalisen pääoman käsitettä tuntisikaan. Sosiaalinen pääoma koostuu siitä pääomasta, joka on kertynyt sosiaalisissa vuorovaikutuksissa erityisesti henkilökohtaisten ja ammattimaisten verkostojen kautta. Sosiaaliseen pääomaan kuuluvat ainakin ideat, tieto ja informaatio, mahdollisuudet, suhteet sekä lähteet. Verkostoitumisesta ja hyvistä suhteista saa myös luottamusta, itseluottamusta, ystävyyttä, hyviä tekoja sekä hyvántahtoisuutta. Nämä lasketaan myös sosiaaliseen pääomaan ja niitä pystytään kerryttämään sosiaalisen vuorovaikutuksen kautta. (Misner, I., Alexander, D. & Hilliard, B. 2009, 3-4.)

Kuten taloudellista pääomaa, yksilöt ja yritykset voivat kerryttää sosiaalista pääomaa ja käyttää sitä varallisuutensa lisäämiseksi. Vaikka sosiaalinen pääoma on aineetonta pääomaa ja sitä on vaikeaa mitata, se on aivan yhtä todellista kuin taloudellinen pääoma. Useissa tapauksissa se tuo jopa suuremman tuottoprosentin sijoitukselle kuin taloudellinen pääoma. (Misner, I. ym. 2009, 3-4.)

Onnistunut ammattimainen verkostoituminen vaatii sitoutumista ja jatkuvaa suhteiden ylläpitoa. Vaikkakin se on erittäin tärkeää henkilön pärjäämiseen liike-elämässä, on se myös hyvin hankalaa ja vaatii paljon energiaa. Ihmiset eivät aina edes tunne naapureitaan, puhumattakaan liike-elämän tärkeistä toimijoista. Tähän on onnistuneesti löydetty ja kehitetty useita keinoja helpottamaan yksilön onnistumista verkostoitumisen eri prosesseissa. (Misner, I. ym. 2009, 4.)

5 Empiirinen tutkimus

Opinnäytetyö lähti käyntiin MPI Finlandin käytännön tarpeesta. Toimeksiantajan aikaisempi jäsenkysely oli puutteellinen ja päivityksen tarpeessa. Yksi opinnäytetyön tavoitteista olikin jäsenkyselyn perusteellinen uudistaminen. MPI Finland on perinteisesti järjestänyt vuosittaisen jäsenkyselyn helmi- tai maaliskuussa, joten opinnäytetyön tuli alkaa hyvissä ajoin tämän vuoden alussa, jotta jäsenkyselyn uudistamiselle jäisi riittävästi aikaa. Toimeksiannossa tavoitteiksi määriteltiin myös jäsenyyden tuoman lisäarvon määrittäminen ja sen parantaminen tulevaisuudessa. Tämän tutkimuksen lopputuotoksena onkin tarkoitus esittää toimeksiantajalle konkreettisia toimenpide-ehdotuksia lisäarvon tuottamiseksi tai kehittämiseksi jatkossa. Kaikki tutkimuksessa kerätty informaatio on arvokasta MPI Finlandin tulevaisuuden kannalta, kun kilpailu jäsenistä on kovaa yhdistysten keskuudessa.

MPI Finlandin tavoitteena on lisätä yhdistyksen houkuttelevuutta, jäsenmäärää ja jäsenyyttä. Tämä tutkimus on tukemassa toimeksiantajan tulevaisuuden päämääriä tarjoamalla arvokasta tietoa jäsenyyden nykyisestä lisäarvosta sekä sen mahdollisista kehittämiskeinoista.

5.1 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus

Tutkimus oli yhdistelmä kvantitatiivista eli määrällistä ja kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Yhdistelemällä määrällisen ja laadullisen tutkimuksen käytäntöjä pyrittiin varmistamaan mahdollisimman kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta ongelmasta.

Kvantitatiivinen tutkimus keskittyy kohteen selittämiseen tilastojen ja numeroiden avulla. Siinä ollaan kiinnostuneita muun muassa syy- ja seuraussuhteista, vertailusta, luokitteluisista ja ilmiöiden selittämisestä numeeristen tulosten kautta. Määrällinen tutkimus sopii hyvin joukkojen ja suurten massojen tutkimiseen. (Jyväskylän yliopisto a 2015.)

Kvalitatiivinen tutkimus on moninainen tutkimusmenetelmä ja se sisältää useita traditioita, lähestymistapoja, aineistonkeruu- ja analysointimenetelmiä ihmisen ja hänen elämänsä tutkimiseksi. Vaikka kvalitatiivista tutkimusta kutsutaan laadulliseksi tutkimukseksi, se saattaa olla hieman harhaan johtava nimitys. Kvalitatiivinen tutkimus ei ole yhtään sen parempi menetelmä kuin kvantitatiivinen tutkimus. Se vain soveltuu eri käyttötarkoitukseen kuin määrällinen tutkimus. Silloin, kun halutaan keskittyä yhden tai muutaman henki-

lön elämään ja toimintaan suuren joukon sijasta, laadullinen tutkimus on hyvä menetelmä. (KvaliMOTV a 2006; Denzin, N. & Lincoln, Y. 2011, 13-14)

Alusta saakka oli selvää, että tutkimuksessa tullaan hyödyntämään useaa eri tiedonkeruumenetelmää eli menetelmätriangulaatiota. Sen käyttöä perustellaan usein sillä, että yhdellä ainoalla tutkimusmenetelmällä ei saada tarpeeksi kattavaa kokonaiskuvaa tutkittavasta kohteesta. Tiedonkeruumenetelmän valinta tehdään ottamalla kaikki merkittävät tekijät huomioon. Tällaisia tekijöitä ovat tietosisältö, otanta, laatu, tutkimusasetelma, tavoiteltu vastausosuus, kustannukset ja tutkimuksen tavoitteet. Tiedonkeruumenetelmä vaikuttaa merkittävästi tutkimuksen aikatauluun ja tutkimuksen toteuttamiseen. Tämän tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiksi valikoituivat havainnointi, kyselytutkimus ja haastattelut. Kyseiset menetelmät mahdollistivat laajan ja arvokkaan aineiston keräämisen tehokkaasti ja kohdennetusti. (Tilastokeskus 2013.)

5.1.1 Havainnointi

Havainnointi eli observointi on yksi laadullisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmistä. Sen avulla tutkittavasta ilmiöstä saadaan tietoa sitä seuraamalla ja tekemällä havainnoita. Havainnot keskittyvät ihmisten käyttäytymiseen ja toimintaan, kuten esimerkiksi siihen kuinka tutkittavaa ilmiötä käytetään tai miten ihmiset käyttäytyvät ilmiön seurauksena. (Jyväskylän yliopisto b 2015). Toisen näkemyksen mukaan havainnoinnin avulla saadaan selville toimivatko ihmiset todella kuten he väittävät toimivansa. (KvaliMOTV b 2006; Lodico, M. Spaulding, D. & Voegtler, H. 2010.)

Havainnoinnilla voin saada tietoa siitä, miten yhdistys ja sen jäsenet toimivat koulutustilaisuuksissa. Se on erinomainen menetelmä laadullisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmäksi ja sopii hyvin vuorovaikutuksen tutkimiseen. Havainnoimme paljon erilaisia asioita päivittäin, mutta tieteellinen havainnointi ei ole satunnaista katselemista vaan systemaattista tarkkailua. (KvaliMOTV b 2006.)

Havainnointi voi kohdistua esimerkiksi fyysisiin kohteisiin, käyttäytymiseen tai tapahtumiin ja se voi olla osallistuvaa tai ei-osallistuvaa. Osallistuvassa havainnoinnissa tutkijalla on aktiivinen rooli havainnoitavassa ilmiössä toisin kuin ei-osallistuvassa havainnoinnissa, jossa tutkija ainoastaan on havainnoijan roolissa eikä osallistu ilmiöön. Havainnointitekniikoissa on myös erilaisia variaatioita. Systemaattinen havainnointi tarkoittaa sitä, että se on pitkälle strukturoitua ja jäseneltyä. Ei-systemaattinen havainnointi puolestaan tarkoittaa joustavaa, väljää ja strukturoimatonta havainnointia. Tutkijan tulee jäsenellä ongelmansa

ennen havainnointia, jos hän haluaa suorittaa havainnoinnin strukturoidusti. Tällöin tutkitavasta alueesta täytyisi olla ennestään sellaista tietoa, jonka perusteella voidaan määrittää mitä ja milloin havainnoidaan. (KvaliMOTV b 2006; Lodico, M. Spaulding, D. & Voegtle, H. 2010.)

Havainnointia tiedonkeruumenetelmänä on kritisoitu siitä, että tutkija saattaa läsnäolollaan häiritä tai pahemmassa tapauksessa muuttaa tutkittavaa tilannetta. Kyseessä on niin sanottu kontrolliefekti, jota on joissain tutkimuksissa havaittu. (KvaliMOTV b 2006)

Tutkimusta varten havainnoin kahta MPI Finlandin tilaisuutta, jotka olivat ”Sponsorointi sisältömarkkinoinnin lähteenä” ja ”2017 urheilun supervuosi”. Havainnointi koulutustilaisuuksissa on hyvä tapa saada informaatiota kyseisten tilaisuuksien tuomasta lisäarvosta yhdistyksen jäsenille. Havainnoinnin avulla pystyin hahmottamaan paremmin yhdistyksen toimintaa sekä tutustumaan jäsenkuntaan.

”Sponsorointi sisältömarkkinoinnin lähteenä” -tilaisuus järjestettiin 24.2.2015 Kulosaaren Casinolla. Tilaisuus alkoi kello 8.30 aamiaisella ja päättyi lounaaseen, joka pidettiin kello 12.30. Aamiaisen jälkeen oli tervetulo puheen aika, jota seurasi tilaisuuteen kutsuttujen puhujien esitykset. Tilaisuudessa oli neljä esitystä, joista jokainen käsitteli sponsorointia ja markkinointia. Tilaisuudessa oli kaksi kansainvälistä puhujaa, jotka pitivät esityksensä englannin kielellä. Kahden puhujan jälkeen oli aikaa pienelle tauolle, jonka aikana oli mahdollista käydä virkistäytymässä sekä verkostoitumassa. Tauon jälkeen oli vielä kaksi esitystä, loppupuhe ja lounas. Tilaisuuteen osallistui 29 henkilöä.

”2017 urheilun supervuosi” -tilaisuus järjestettiin 18.3.2015 Olympiastadionilla sijaitsevassa urheilumuseossa. Tilaisuus alkoi edellä mainitun tilaisuuden tavoin 8.30 aamiaisella, mutta sen päätteeksi ei ollut lounasta. Aamiaisen jälkeen yhdistyksen hallitus toivotti vieraat tervetulleiksi ja päivän ohjelma alkoi. Tilaisuudessa oli kolme puhujaa ja neljä esitystä, sillä yksi puhujista puhui kahdesta aiheesta. Näiden lisäksi järjestettiin paneelikeskustelu. Esitykset liittyivät kaikki tavalla tai toisella Suomessa järjestettäviin urheilutapahtumiin, niissä onnistumiseen ja niiden haasteisiin. Esitysten välissä oli 15 minuutin välitauko, joka oli ainoa tauko ohjelmassa. Tilaisuuden oli tarkoitus päättyä ohjelman mukaan 11.15, mutta tosiasiasa ohjelma venyi noin puoli tuntia suunniteltua pidemmälle. Tilaisuuden päätteeksi oli mahdollisuus tutustua urheilumuseon tiloihin sekä käydä Olympiastadionin tornissa. Tilaisuuteen osallistui 35 henkilöä.

Koulutustilaisuuksien havainnointi oli ei-osallistuvaa ja strukturoitua havainnointia. Strukturoidun havainnoinnin edellytyksenä on se, että tutkija jäsentee ongelmansa ennen varsinaista havainnointia. Tämä tarkoitti sitä, että minulla täytyi olla havainnoinnin tavoitteet selvillä ennen koulutustilaisuuden havainnointia.

Halusin selvittää seuraavia asioita havainnoinnin menetelmällä:

- puhujien vaikutus kuuntelijoihin
- oppien välittyminen kuuntelijoille
- verkostoituminen jäsenten kesken ja uusien kontaktien solmiminen
- verkostoitumisen huomioon ottaminen tilaisuuksien järjestämisessä
- tilaisuuksien tunnelma ja ilmapiiri.

Havainnoin edellä mainittuja tekijöitä ja tein niistä muistiinpanoja tapahtuman aikana. Pyrin kirjaamaan mahdollisimman paljon tutkimuksen kannalta oleellisia havaintoja. Havainnoinnin keskipisteenä olivat verkostoituminen ja jäsenten vuorovaikutus toisiinsa.

5.1.2 Jäsenkysely

Kyselytutkimus eli survey on yksi suosituimmista kvantitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmistä. Sillä pystytään kuvaamaan laajojen joukkojen mielipiteitä, asenteita ja käsityksiä. Kyselytutkimus onkin perinteinen menetelmä muuttujien välisien suhteiden tarkasteluun. Kyselytutkimuksella kerätyn tiedon analysointi jätetään usein pinnalliseksi eikä tulosten syvempää analyysiä tavoitella. Tästä syystä kyseistä tiedonkeruumenetelmää käytetäänkin usein esitutkimuksena tarkemmille tutkimuksille, eli selvitetään alkuvaiheessa mitä kannattaa lähteä tarkemmin tutkimaan. Tämän opinnäytetyön osana tehtyä jäsenkyselyä voidaan pitää hyvin perinteisenä kyselytutkimuksena. (Metodix 1998; Willis, J. 2008, 174.)

MPI Finlandin aikaisempina vuosina käyttämä jäsenkysely oli puutteellinen ja ei täyttänyt sen tarkoitusta enää kovin hyvin. Yhdistys ei kokenut saavansa siitä suurta hyötyä toimintansa kehittämiseen. Jäsenkysely on kerran vuodessa tehtävä kysely yhdistyksen jäsenille, jonka avulla selvitetään jäsenten tyytyväisyyttä yhdistyksen toimintaa kohtaan ja kehitysehdotuksia tulevaisuutta varten. Jäsenkysely on toteutettu perinteisesti helmi- maaliskuussa. Toimeksiantaja toivoi jäsenkyselyn perusteellista uudistamista, jotta siitä olisi mahdollista saada selkeästi suurempi hyöty jatkossa ja että sitä voitaisiin käyttää vuosia eteenpäin.

Jäsenkyselyn suunnittelu alkoi helmikuun alussa. Kyselystä tehtiin yhteensä 6 versiota, joista jokainen oli edellistä hieman paranneltu versio. Suunnittelu alkoi aiemmin käytössä olleen kyselyn tutkimisella. Vanha kysely antoi hieman viitteitä, millaisia kysymyksiä jäseniltä kannattaa kysyä. Tosin toimeksiantaja oli tehnyt selväksi, että uudistetun kyselyn tulisi olla huomattava parannus edelliseen verrattuna. Kävin esittäytymässä MPI Finlandin hallitukselle perjantaina 6.2.2015 hallituksen kokouksessa. Tilaisuudessa esittelin hallituksen jäsenille yhden jäsenkyselyn ensimmäisistä versioista, josta sain välitöntä palautetta. Tämän palautteen pohjalta muodostin kyselyn seuraavan version, jota parantelin vielä usean otteeseen. Viimeistä edellisen version hallituksen jäsenet testasivat ja antoivat viimeiset parannusehdotukset. Lopullinen jäsenkysely oli valmis viikolla 11 ja se lähetettiin jäsenille viikolla 12.

Jäsenkysely toteutettiin sähköisenä SurveyPal -kyselytyökalulla. Kyseinen kyselytyökalu oli minulle jo tuttu, sillä olin suorittanut liiketalouden opintoihini kuuluvasta työharjoittelusta kolme kuukautta SurveyPal -yrityksessä, jonka ydintuotteisiin SurveyPal -kyselytyökalu kuului. Työharjoittelun aikana pääsin käyttämään kyselytyökalua kattavasti asiakkaiden tarpeiden mukaan. Tästä syystä päätin tehdä MPI Finlandin jäsenkyselyn tutulla ja hyväksitodetulla kyselytyökalulla, mikä sopi toimeksiantajalle. Kyseisellä kyselytyökalulla pystyy tekemään visuaalisesti näyttäviä kyselyitä helposti ja tehokkaasti.

Saateviesti kyselyyn lähetettiin MPI Finlandin virallisesta sähköpostiosoitteesta. Opinnäytetyön tekijä laati saateviestin ja sähköpostiviestin ulkonäön laati Anne Laukkanen, joka lähetti viestin myös eteenpäin. Kysely lähetettiin 91 jäsenestä 84:lle, koska seitsemän jäsentä oli kieltänyt sähköpostiviestinnän. Kyselylinkin avasi 29–36 jäsentä ja 29 heistä vastasi kyselyyn. On mahdotonta sanoa tuon tarkemmin kuinka moni näki kyselyn, koska kyselytyökalu laski tässä tapauksessa kyselylinkin avauskerrat ja yksi jäsen pystyi avaamaan linkin useaan kertaan, jos näin tahtoi. Koska linkki avattiin 36 kertaa ja kyselyyn vastasi 29 jäsentä, tiedämme, että kyselynnäkijämäärä oli näiden lukujen välillä.

5.1.3 Haastattelut

Haastattelut on yksi laadullisen tutkimuksen käytetyimmistä tiedonkeruumenetelmistä. Tässä menetelmässä tutkija keskustelee haastateltavan haastattelutyypistä riippuen strukturoidusti tai vähemmän strukturoidusti. Strukturoinnilla tarkoitetaan järjestelmällistä otetta ja ennalta määriteltyä rakennetta haastatteluun. Haastattelua käytetään tiedonkeruumenetelmänä ja sitä on tarkoitus analysoida sekä tulkita tutkimusongelman selvittämiseksi. (KvaliMOTV c 2006; Gillham, B. 2000, 2.)

Silloin kun halutaan tietoa ihmisten elämästä ja toimintatavoista on järkevää kysyä asioista suoraan ihmisiltä itseltään. Haastatteluilla on kuitenkin omat ongelmansa, sillä pitää ottaa huomioon, että ihmiset eivät välttämättä aina kerro asioista niin kuin ne tosiasiasa ovat. Lisäksi haastattelut yhdistetään ajoittain virheellisesti syvällisempään ja laadukkaampaan tiedonkeruuseen kuin määrällisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmät, muulloinkin kun syvähaastattelusta puhuttaessa. Haastattelun valitsemista tiedonkeruumenetelmäksi perustellaankin monesti sen ominaisuudella tuottaa syvällistä tietoa, mutta tällaisella retoriikalla on helppo saada virheellinen mielikuva kyseisen tiedonkeruumenetelmän ja laadullisen tutkimuksen paremmuudesta määrälliseen verrattuna. Parhaimmillaan haastattelun avulla saadaan monipuolista ja perusteellista informaatiota, ja haastateltavan puhe on mahdollista sijoittaa laajempaan kontekstiin, mutta se ei ole kuitenkaan itsestään selvää. Joissakin tapauksissa haastattelun kuuluu jäädä pinnalliseksi keskusteluksi, jolloin kerätty tieto ei ole syvällistä. Riippuu siis hyvin paljon haastattelun käyttötarkoituksesta ja sille asetetuista tavoitteista, onko se syvälinen vai pinnallinen tiedonkeruumenetelmä. (KvaliMOTV c 2006; Gillham, B. 2000, 5.)

Haastattelutyyppjä ja menetelmiä on useita erilaisia ja niitä voidaan jaotella eri luokkiin esimerkiksi sen perusteella kuinka jäsenneily haastattelu on. Haastateltavalle voidaan antaa paljon tai vähän liikkumatilaa kysymysten suhteen, joka riippuu siitä kuinka tarkasti haastattelukysymykset esitetään. Karkeasti jaettuna haastattelut voidaan jakaa kahteen pääluokkaan, jotka ovat (KvaliMOTV c 2006):

- strukturoidut
- strukturoimattomat ja puolistrukturoidut.

Strukturoitu- eli lomakehaastattelu on haastattelu, joka on valmiiksi muotoiltu järjestelmällisillä kysymyksillä ja vastausvaihtoehdoilla. Strukturoimattomat ja puolistrukturoidut haastattelut ovat haastatteluja, joissa kysymykset eivät yhtä järjestelmällisiä ja valmiita vastausvaihtoehtoja ei ole. Se, kumpi menetelmä on parempi, riippuu jälleen kerran siitä mitä haastattelulla tavoitellaan. (KvaliMOTV c 2006.)

Avoimelle eli strukturoimattomalle haastattelulle on tyypillistä se, ettei keskustelua käydä ennalta määritellyissä raameissa. Haastattelija ja haastateltava ovat kielellisessä vuorovaikutuksessa keskenään ja tilanteesta pyritään luomaan luonteva ja aivoin. Haastattelu muistuttaa paljon normaalia keskustelua, jossa keskustelun etenemistä ei ole rajoitettu vaan se etenee halutun aihepiirin sisällä luontevasti. Haastattelun kulkua ohjaa haastattelija, jonka vastuulla on pitää keskustelu halutussa aiheessa, mutta samalla antaa haasta-

teltavan tuntemuksille, kokemuksille ja mielipiteille tilaa. Avoimella haastattelulla saataan tarkoittoa syvähaastattelua, mutta ne eivät ole synonyymeja. (KvaliMOTV c 2006.)

Teemahaastattelu on strukturoidun ja avoimen haastattelun välimuoto. Kyseinen haastattelu ei etene tarkkojen, valmiiksi muotoiltujen kysymysten kautta vaan siinä edetään ennalta määriteltyjen, mutta väljien teemojen avulla. Teemahaastattelu on avointa haastattelua hieman strukturoidumpi, sillä määritellyt teemat ovat samat jokaiselle haastateltavalle. Siinä luodaan keskustelunomainen tilanne samalla tavalla kuin avoimessa haastattelussa. Teemoista puhutaan vapaassa järjestyksessä, eikä jokaisen haastateltavan kanssa pidä puhua kaikista asioista yhtä laajasti. Tutkijalla on mahdollisimman lyhyet muistiinpanot kyseessä olevista teemoista, jotta hän pystyy keskittymään itse keskusteluun muistiinpanojen sijasta. Pikkutarkkoja kysymyksiä ei ole tarkoitus kysyä, vaan keskustelun pitäisi olla sujuvaa ja luontevaa. Teemahaastattelu on hyvä tiedonkeruumenetelmä erityisesti silloin, kun tutkitaan vähemmän tunnettuja ilmiöitä ja asioita. (KvaliMOTV c 2006.)

Puolistrukturoidussa haastattelussa edetään niin, että haastateltavilta kysytään lähes samat kysymykset samassa järjestyksessä. Joidenkin määritelmien mukaan kysymysten järjestystä voidaan vaihdella tilanteesta riippuen. Silloin puolistrukturoitu haastattelu muistuttaa pitkälti teemahaastattelua. Täydellistä ja yhtenäistä määritelmää puoliksi strukturoiduille haastatteluille ei ole saatavilla. Käytännön tasolla puoliksi strukturoituja haastatteluja voidaan kutsua teemahaastatteluiksi varsinkin silloin, kun haastattelussa on ennalta määritettyjä teemoja ja kysymykset eivät välttämättä ole samassa järjestyksessä jokaiselle haastateltavalle. Monesti opinnäytetöissä haastattelu voi muistuttaa puoliksi strukturoitua haastattelua. Tällöin haastattelulle on valmiiksi mietityt teemat, joita tukevat valmistellut kysymykset, jotka kaikki esitetään haastateltaville. Kyseessä oleva tiedonkeruu menetelmä sopii mainiosti tilanteisiin, joissa halutaan tietoa tietyistä asioista ja haastattelutilanteen ei tarvitse olla luontevan ja vapaan keskustelun tapainen. (KvaliMOTV c 2006.)

Strukturoitu haastattelu puolestaan on kaikista haastattelumuodoista eniten jäsennetty ja ennalta määritelty. Siitä voidaan käyttää myös nimitystä lomakehaastattelu. Kyseisessä menetelmässä kyselylomake täytetään ohjatusti. Kyselylomakkeessa on valmiita kysymyksiä ja ennalta määriteltyjä vastausvaihtoehtoja. Kysymysten järjestys ja kysymykset ovat kaikille haastateltaville samat. Strukturoitu haastattelu on hyvä tiedonkeruumenetelmä silloin, kun aineistoa halutaan käsitellä tilastollisen analyysin keinoin ja/tai se halutaan kvantifioida. (KvaliMOTV c 2006.)

Tähän tutkimukseen käytetyt haastattelut toteutettiin teema- ja puoli strukturoiduilla haastatteluilla. Puoli strukturoitu haastattelu oli toimeksiantajan taustatietojen selvitystä varten järjestetty haastattelu MPI Finland Chapterin hallituksen jäsenen Anne Laukkasen kanssa. Haastattelua varten olin laatinut kysymyksiä yhdistyksen toimintaan liittyen, mutta kysyin ne keskusteluun sopivassa kohdassa. En antanut valmiita vastausvaihtoehtoja, vaan annoin Annen vastata sillä tavalla kuin hän halusi. Haastattelu kesti noin 90 minuuttia ja se toteutettiin puhelimitse. Puoliksi strukturoitu haastattelu oli tähän tarkoitukseen toimiva ratkaisu, sillä minulle oli selvää, minkälaisia kysymyksiä haluan esittää haastateltavalle. Lisäksi halusin Annen kertovan omalla tavallaan asioista häntä rajoittamatta, kuitenkaan antamatta täyttä vapautta lähteä viemään keskustelua. Haastattelun avulla sain hyvän käsityksen yhdistyksen toiminnasta ja palveluista. Aineistoa käytin hyödykseni kirjoittaessani MPI järjestöstä ja MPI Finland Chapterista.

Puoliksi strukturoidun taustahaastattelun lisäksi haastattelin neljää MPI Finlandin nykyistä jäsentä ja yhtä entistä jäsentä. Toteutin haastattelut teemahaastatteluina, koska niissä oli selkeät ennalta määritetyt teemat joiden puitteissa haastattelut etenivät. Tosin kysymykset ja kysymysjärjestys hieman vaihteli haastateltavasta riippuen. Tarkasti strukturoidulla haastattelumenetelmällä olisi mahdollisesti jäänyt arvokkaita vastauksia ja mielipiteitä keräämättä. Puolestaan avoimella haastattelulla en olisi välttämättä pystynyt saamaan määrittelemiini teemoihin liittyviä vastauksia. Haastattelut kestivät noin 30 minuuttia keskimäärin ja ne toteutettiin puhelimitse, kasvotusten sekä kaupallisen VoIP-palvelu Skypeen avulla. Teemahaastatteluilla pyrin selvittämään jäsenten kokemaa lisäarvoa MPI Finlandin jäsenyydestä sekä parannusehdotuksia yhdistyksen toimintaa, jotta lisäarvoa olisi mahdollista tuottaa enemmän jatkossa. Haastatteluista kerättyä tietoa analysoin seuraavassa osiossa.

5.2 Tulosten analysointi

Analyysi on tutkimusprosessissa tiedonkeruun jälkeen tuleva vaihe, joka kuuluu jokaiseen tutkimukseen tutkimusmenetelmästä riippumatta. Sillä tarkoitetaan muun muassa aineiston lukemista huolellisesti, tekstimateriaalin järjestelyä, sisällön erittelyä sekä jäsentämistä ja pohtimista. Analyysin perimmäinen tarkoitus on kerätyn aineiston esittäminen selkeästi ja tutkimusongelmien kannalta keskeisten asioiden esille nostaminen lukijaa varten. Huolellisella analyysillä tutkija lisää aineiston informaatioarvoa. Tutkijan tulee tiivistää ja tulkita aineistoa sekä käydä vuoropuhelua empirian, teorian ja itsenäisen ajattelun kesken. (KvaliIMOTV d 2006.)

Kaksi merkittävää tekijää vaikuttaa tutkijan tekemään analyysiin. Tutkimusongelma ohjaa analyysin tekemistä, jonka lisäksi tutkijan pitää määritellä ja perustella ollaanko enemmän kiinnostuneita aineiston sisällöstä vai sen kieliasusta. Tämä valinta vaikuttaa oleellisesti myös aineiston litteroinnin tarkkuuteen (KvaliMOTV d 2006). Tutkimusongelman takia on tärkeämpää keskittyä aineiston sisältöön kuin kieliasuun. Kieliasulla ei ole merkitystä kerätyn aineiston laatuun, joten analyysia tehdessä on keskitytty aineiston sisältöön. Tästä syystä haastattelujen litterointia ei ole täytynyt tehdä suurella tarkkuudella.

Kyselyn analysoinnin tarkoituksena on selkeyttää kerättyjä tietoja lukijaystävälliseen muotoon. Tuloksia voidaan havainnollistaa käyttämällä esimerkiksi piirakkakaavioita ja pylväsdiagrammeja sekä useita muita havainnollistamiseen sopivia kuvia (Jyväskylän yliopisto c 2015). Tuloksista on muodostettu erilaisia kaavioita ja kuvia Microsoft Excel -ohjelmalla.

Havainnointien analysoimiseen käytettiin menetelmää, jota kutsutaan tapauskuvausten muotoilemiseksi. Siinä on tarkoituksena laatia tiivistelmä tutkittavasta ilmiöstä, johon tulee tutkimuksen kannalta oleellimmat huomiot. Tapauksia on mahdollista vertailla ja niistä pystyy muodostamaan teemoja ja/tai tyyppejä. Tämä menetelmä toimi hyvin havainnoineissa kerätyn tiedon selittämiseksi, koska jokainen järjestetty tilaisuus on omanlaisensa kokonaisuus ja niitä on helpointa kuvata tiivistämällä niistä oleellimmat havainnot. Havainnoit pystyy haluttaessa jakamaan tiettyihin teemoihin, joita on mahdollista vertailla keskenään. (KvaliMOTV d 2006.)

Teemahaastatteluja on mahdollista analysoida siten, että aineisto asetellaan haastattelu-teemoittain tarkasteltavaksi. Tutkijan tehtävänä on pyrkiä tiivistämään teemojen keskeinen anti omin sanoin ja liittää mukaan tulkintoja ja teoriaa. Täytyy kuitenkin muistaa, että teemat eivät välttämättä noudata etukäteen suunniteltua runkoa. Tämä johtuu siitä, että ihmiset saattavat puhua tutkimukseen oleellisesti liittyvistä asioista heille merkityksellisissä konteksteissa. Haastatteluissa esiintyvät teemat voivat hyvinkin poiketa tutkijan etukäteen määrittelemistä teemoista. Tämä analysointimenetelmä tuntui hyvin sopivalta tekemiini teemahaastatteluihin, joten kyseinen menetelmä toimi haastattelujen analysoinnin pohjana. (KvaliMOTV d 2006.)

6 Tutkimustulokset

Koska tässä tutkimuksessa käytettiin useita tiedonkeruumenetelmiä, on myös järkevää esittää tutkimustulokset ryhmittäin. Tilaisuuksien havainnoinnin, jäsenkyselyn ja jäsenhaastatteluiden tulokset esitetään erillisissä kappaleissa ja raportin viimeisessä osiossa pohditaan tulosten merkitystä sekä luodaan kehitysehdotuksia toimeksiantajalle.

6.1 Havainnoinnin tulokset

Havainnoitavat asiat molemmissa tilaisuuksissa olivat:

- puhujien vaikutus kuuntelijoihin
- oppien välittyminen kuuntelijoille
- verkostoituminen jäsenten kesken ja uusien kontaktien solmiminen
- verkostoitumisen huomioon ottaminen tilaisuuksien järjestämisessä
- tilaisuuksien tunnelma ja ilmapiiri.

Havaintoja esittäessä käytetään sopivia lyhennyksiä tilaisuuksista, jotta havainnot olisivat helposti ja yksinkertaisesti esitettävissä ja vertailtavissa. ”Sponsorointi sisältömarkkinoinnin lähteenä” -tilaisuudesta käytetään lyhennystä Sponsorointi tilaisuus ja vastaavasti ”2017 urheilun supervuosi” -tilaisuudesta käytetään lyhennystä Urheilu tilaisuus. Havainnot tullaan esittämään teemoittain yllä olevan listan mukaisessa järjestyksessä. Jokaisen teeman kohdalla havainnot esitetään kummastakin tilaisuudesta, jotta niitä olisi mahdollisimman helppoa vertailla.

6.1.1 Puhujien vaikutus kuuntelijoihin

Aloitetaan havainnoista, jotka liittyvät puhujien kuuntelijoihin tekemään vaikutukseen. Sponsorointi tilaisuudessa puhujat saivat helposti kuuntelijoiden huomion. Ihmiset kuuntelivat mielenkiinnolla, mutta esitykset eivät poikineet kysymyksiä yleisöltä juuri lainkaan. Esiintyjät olivat taukojen aikana tavoitettavissa ja heidän kanssaan pystyi haluttaessaan juttelemaan. Urheilu tilaisuuden puhujat saivat myös yleisön huomion hyvin itselleen ja toisin kuin Sponsorointi tilaisuudessa, yleisö kysyi paljon kysymyksiä ja osallistui aktiivisesti keskusteluun. Tämä oli osittain syynä tilaisuuden pitkittymiseen ajallisesti. Esiintyjien kanssa oli mahdollista keskustella tauoilla samalla tavalla kuin Sponsorointi tilaisuudessa. Esiintyjien vaikutus vaikutti pitkälti samalta kummassakin tilaisuudessa tosin sillä erolla, että kysymysten ja keskustelun määrä oli huomattavasti suurempi jälkimmäisessä eli Urheilu tilaisuudessa.

6.1.2 Oppien välittyminen kuuntelijoille

Oppien välittymistä kuuntelijoille on vaikeaa selvittää syvällisesti ilman, että kysyy kuuntelijoilta esitysten jälkeen mitä he oppivat tai mitä esityksistä jäi mieleen. Kyseinen menetelmä ei olisi ollut oleellinen tähän tutkimukseen. Oli kuitenkin mahdollista havainnoida sitä, miltä esitykset vaikuttivat opinnäytetyön tekijälle ja että käytettiinkö esitysten tukena olevaa tekniikkaa laadukkaasti hyödyksi esityksen sanoman välittämiseksi yleisölle.

Sponsorointi tilaisuudessa esitysten tukena käytetyt diat esitettiin yleisölle kahdesta normaalin kokoisesta televisiosta. Esitysdiojen tekstejä oli vaikea hahmottaa istumalla viimeisellä penkkirivillä. Urheilu tilaisuudessa puolestaan esitykset heijastettiin yhdelle valkokankaalle, joka oli sopivan kokoinen istuinetäisyyteen nähden. Esiintyjillä oli lisäksi yleisölle jaettavaa materiaalia, jota pystyi tarkastelemaan esitysten ohessa.

6.1.3 Verkostoituminen jäsenten kesken ja uusien kontaktien syntyminen

Verkostoituminen jäsenten kesken on yksi yhdistyksen perimmäisistä tarkoituksista, joten oli selvää, että kyseinen ilmiö valikoitui havainnoinnin tärkeimmäksi kohteeksi. Kummassakin tilaisuudessa vieraat keskustelivat paljon keskenään ja uusia tuttavuuksia tehtiin silmiin nähden herkästi. Urheilu tilaisuudessa oli vähemmän aikaa ja tilaisuuksia verkostoitumiselle. Lounaan puuttuminen kyseisestä tilaisuudesta vaikutti selvästi verkostoitumiseen ja kontaktien syntyymiseen. Kummankin tilaisuuden aamiainen oli ajallisesti noin 30 minuuttia, jolloin oli hyvin aikaa vaihtaa kuulumisia tuttujen kanssa ja mahdollisesti tutustua uusiin tuttavuuksiin. Välitauot olivat kohtuullisen lyhyitä, joten vaikkakin niiden aikana syntyi paljon keskustelua jäsenten kesken, ne jäivät lyhyiksi keskustelutuokioiksi.

Sponsorointi tilaisuuteen kuului aamiaisen lisäksi lounas, johon tilaisuus päättyi. Lounaalle ei ollut pakollista jäädä, mutta suurin osa vieraista päätti jäädä lounastamaan. Lounaan aikana syntyi paljon keskustelua, mutta keskustelu rajoittui luonnollisesti lounastavan henkilön lähellä istuviin henkilöihin. Uusia kontakteja luotiin kuitenkin mitä todennäköisimmin useita lounaan aikana. Lounaan sijasta Urheilu tilaisuuden jälkeen oli mahdollista tutustua Urheilumuseon tiloihin ja käydä Olympiastadionin tornissa. Urheilumuseon tutustumiskierroksella ei ollut selkeää mahdollisuutta keskustella muiden kierroksella olevien kanssa, vaan keskittyminen suuntautui kierroksen johtajaan ja hänen puheeseen.

Uusia kontakteja solmittiin jonkin verran kummassakin tilaisuudessa. Tosin vaikutti siltä, että suurin osa verkostoitumiseen käytetystä ajasta kului vanhojen tuttavuuksien kanssa keskusteluun. Käyntikortteja vaihdettiin ajoittain vieraiden kesken. Aikaa uusien kontaktien

solmimiseen oli erityisesti ruokailujen yhteydessä, mutta myös tauoilla. Enemmän aikaa jäsenten väliseen tutustumiseen oli Sponsorointi tilaisuudessa, sillä lounas oli tähän tarkoitukseen otollinen kohtaamispaikka.

6.1.4 Verkostoitumisen huomioon ottaminen tilaisuuksien järjestämisessä

Verkostoituminen on yksi tärkeimmistä asioista, mitä jäsenet saavat MPI Finlandin järjestämistä tilaisuuksista. Tämä tulee ottaa huomioon myös tilaisuuksien suunnittelun yhteydessä.

Sponsorointi tilaisuus järjestettiin Kulosaaren Casinolla, joka oli tapahtumapaikkana isompi kuin Urheilumuseo, joka toimi Urheilu tilaisuuden järjestämisaikana. Molemmat tapahtumapaikat vaikuttivat sopivan kokoisilta tilaisuuksiin nähden. Sponsorointi tilaisuudessa esiintymispaikan yleisö istui kahdella puolen. Kummallakin puolella oli neljä penkkirivistöä ja rivistöt olivat alle 10 hengelle tarkoitettuja. Istuinjärjestelyt toimivat hyvin esityksien seuraamiseen, mutta ne eivät erityisesti innostaneet ihmisiä tutustumaan toisiinsa. Lounasta syötiin ruokasalissa, joka oli avonainen tila esiintymispaikan vieressä. Siellä istuinjärjestelyt olivat hoidettu kahdella isolla ja yhdellä pienemmällä pöydällä. Pöydät toimivat hyvin keskusteluun, mutta se rajoittui kohtuullisen pienelle alueelle ja ruokailijat keskustelivat käytännössä vain lähellä istuvien kanssa. Urheilu tilaisuudessa esityksiä seurattiin pitkälti samanlaiselta istuinrivistöltä kuin Sponsorointi tilaisuudessa, mutta yleisö ei istunut kahdella puolen vaan penkkirivit olivat järjestetty yhteen jonoon. Ruokailu hoitui osittain seisoen ja osittain istuen. Jokainen sai vapaasti valita itselleen sopivan ruokailu- ja keskustelupaikan.

Tilaisuuksissa käytettiin nimikylttejä, jotka jaettiin jokaiselle tilaisuuteen osallistuvalla vieralla. Nimikylteistä näki helposti vieraan nimen ja yrityksen, jolle hän työskenteli. Nimikylteistä ei kuitenkaan selvinnyt sitä, että onko henkilö MPI Finland Chapterin jäsen. Tilaisuuksiin osallistuu myös joitakin ei-jäseniä, joten ei voida olettaa jokaisen vieraan olevan yhdistyksen jäsen. Liitteestä 7 näkyy miltä opinnäytetyön tekijän nimikyltti näytti tilaisuudessa ”2017 urheilun supervuosi”.

Sponsorointi tilaisuudessa esitysten jälkeen vieraita kehoitettiin ja kannustettiin verkostoitumaan. Tällaista kannustusta ei tehty Urheilu tilaisuudessa.

6.1.5 Tilaisuuksien tunnelma ja ilmapiiri

Kummassakin tilaisuudessa tunnelma oli hyvä ja ilmapiiri vaikutti ystävälliseltä ja miellyttävältä. Ihmiset vaikuttivat asennoituneen kontaktien luomiseen ja verkostoitumisen. Urheilu tilaisuudessa vieraat olivat selkeästi halukkaampia osallistumaan keskusteluun ja esittämään kysymyksiä. Erityisesti Pohjoismaisten hiihtolajien MM-kisojen pääsihteeri Janne Leskinen herätti paljon keskustelua ja kysymyksiä yleisön joukossa (Liite 7). Sponsorointi tilaisuudessa esitysten välissä tai niiden aikana ei suurta keskustelua syntynyt. Yleisesti ottaen vieraat tulivat tilaisuuksiin hyvillä mielin ja vaikuttivat olevan hyvällä tuulella myös lähtiessä.

6.2 Jäsenkyselyn tulokset

Jäsenkysely lähetettiin 84 jäsenelle ja 29 heistä vastasi kyselyyn. Vastausprosentiksi voidaan siis laskea 34,5 %. Vastaukset kerättiin sähköisesti Surveypal -kyselytyökalua käyttäen.

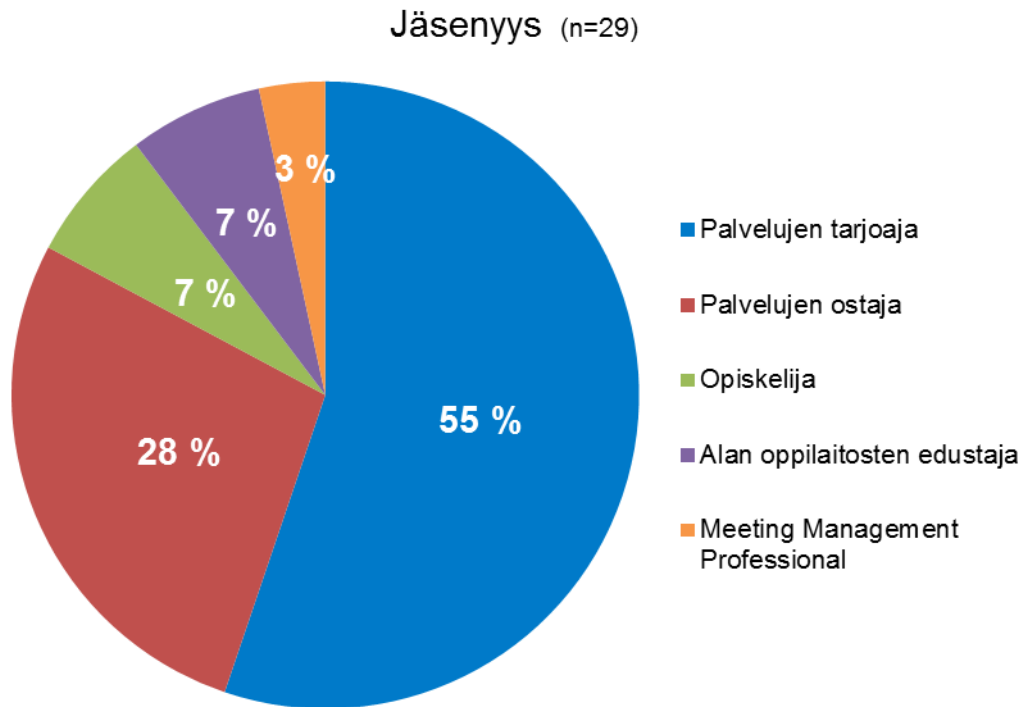
Jäsenkyselyn tulokset esitetään erilaisin havainnollisin ympyräkaavioiden, pylväsdigrammien sekä tutkakuvioiden avulla. Kyseessä olevat havainnolliset kuviot ovat tehty Microsoft Excel ja Microsoft PowerPoint -ohjelmilla. Tulokset ovat siinä järjestyksessä, missä ne esitettiin vastaajille kyselylomakkeella. Kyselyssä oli kaksi polkua, joita pitkin vastaaja eteni vastaten kysymyksiin. Polun määrittävä kysymys oli se, että oliko jäsen osallistunut vuoden 2014 aikana MPI Finlandin järjestämiin tilaisuuksiin.

Jäsenryhmien vastauksia tullaan vertailemaan tiettyjen kysymysten kohdalla, jotta voidaan erottaa niiden välisiä eroja tyytyväisyydessä ja lisäarvon tuntemisessa. Vertailuun otettiin neljä suurinta jäsenryhmää, sillä Meeting Management Professionals -jäsenryhmään kuului ainoastaan yksi kyselyyn vastanneista. Vertailua tehdään myös sen perusteella kuinka kauan kyselyn tekijät olivat olleet jäseninä.

6.2.1 Taustatiedot

Jäsenten taustatiedoista halusimme selvittää heidän jäsenstatuksensa, kuinka kauan he olivat olleet jäseninä, miksi he liittyivät jäseniksi, kuka maksoi heidän jäsenyytensä, miltä paikkakunnalta he tulivat ja osallistuivatko he MPI Finland Chapterin järjestämiin tilaisuuksiin vuonna 2014. Taustatietokysymykset olivat yksivalinta kysymyksiä, yhtä kysymystä lukuun ottamatta, joka oli avoin kysymys. Yksivalinta kysymyksiin vastaajan oli pakko vas-

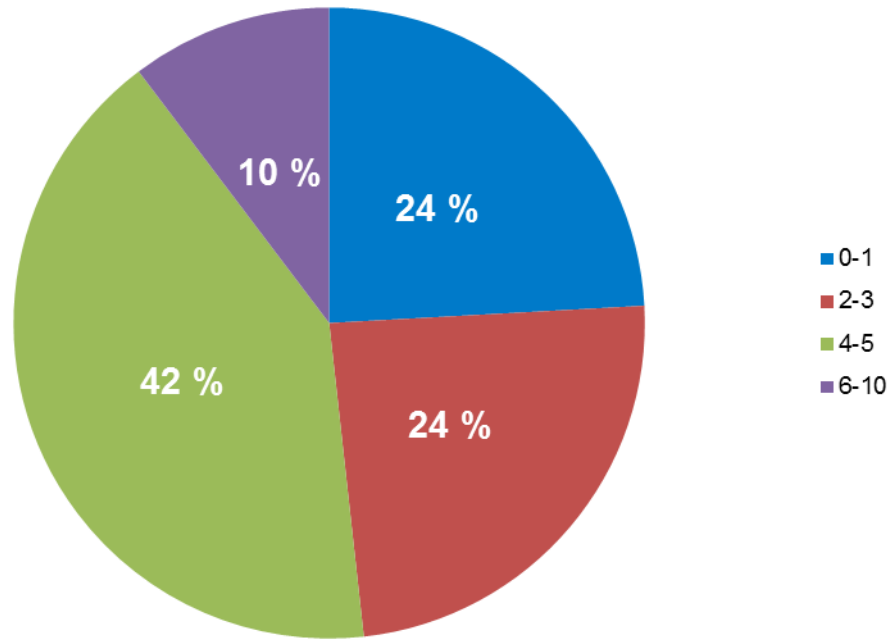
tata, sillä ne olivat tutkimuksen kannalta tärkeää taustatietoa kyselyyn vastanneista jäsenistä.



Kuvio 1. Vastaajien jäsenstatus, n=29.

Vastanneiden jäsenstatusten selvittäminen oli tärkeää eri jäsenryhmien vertailtavuuden kannalta. Kysymyksen vaihtoehdot olivat palvelujen tarjoaja, palvelujen ostaja, opiskelija, alan oppilaitosten edustaja ja Meeting Management Professional. Viimeinen vaihtoehto oli tarkoitettu niille, jotka ovat sekä palvelujen tarjoajia että palvelun ostajia. Kuviosta yksi näemme, että suurin osa vastaajista eli 55 % oli palvelun tarjoajia. 28 % vastaajista kuului palvelujen ostajien ryhmään, joka oli puolestaan selkeästi toiseksi suurin jäsenryhmä. Opiskelijoita sekä oppilaitosten edustajia oli kumpaakin 7 % vastaajista ja selvästi pienin ryhmä oli Meeting Management Professionals, joihin kuului ainoastaan 3 % vastanneista. (Kuvio 1)

Kuinka monta vuotta olet ollut jäsenenä? (n=29)

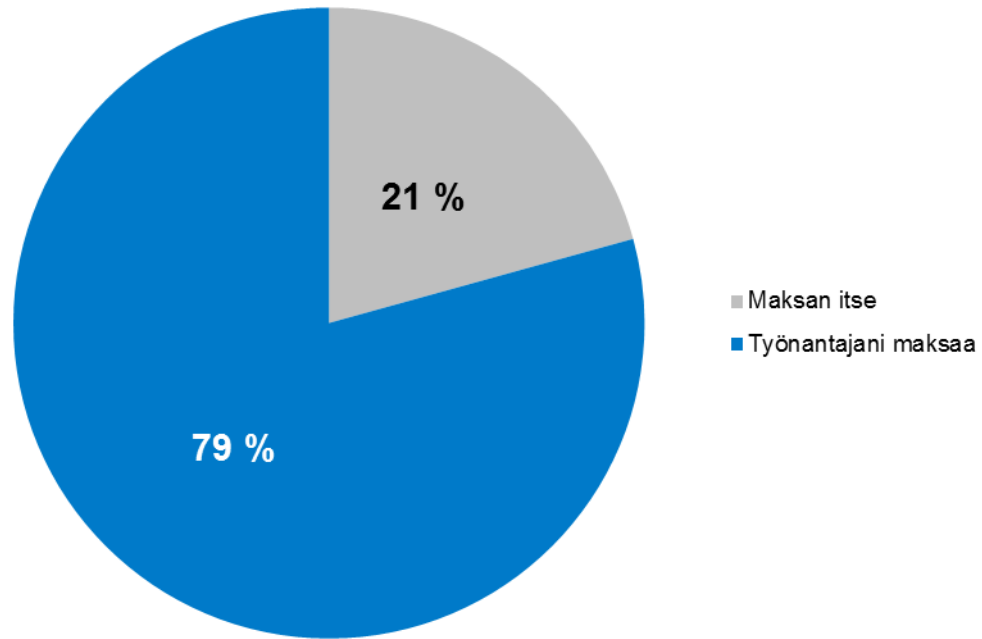


Kuvio 2. Jäsenyyden kesto vuosina, n=29.

Toisessa taustakysymyksessä selvitettiin sitä, kuinka kauan vastanneet olivat olleet yhdistyksen jäseninä. Vastausvaihtoehtoina oli 0-1 vuotta, 2-3 vuotta, 4-5 vuotta, 6-10 vuotta ja yli 10 vuotta. Kuvion 2 piirakkakaaviosta jätettiin pois viimeinen vastausvaihtoehto sillä perusteella, että yksikään vastanneista ei valinnut kyseistä vastausvaihtoehtoa. Kaikki muut vastausvaihtoehdot saivat kohtuullisen tasaisesti kannatusta. Suurin osa eli 42 % kyselyyn vastanneista olivat kuuluneet MPI Finland Chapteriin 4-5 vuotta. Vaihtoehdot 0-1 vuotta ja 2-3 vuotta saivat kummatkin 24 % vastauksista. Jos nämä kaksi ryhmää yhdistetään, niin huomataan, että 48 % eli lähes puolet vastanneista oli lähes uusia jäseniä. Vain 10 % jäsenistä, jotka vastasivat kyselyyn, olivat kuuluneet yhdistykseen 6-10 vuotta.

Selvitimme syitä siihen miksi vastanneet liittyivät jäseniksi. Kysymys oli avoin, joten vastaaja pystyi kirjoittamaan juuri sen vastauksen minkä hän halusi. Kysymykseen vastasi 22 henkilöä ja kaikki jäsenkyselyn avoimien kysymysten vastaukset löytyvät liitteestä numero 4. Vastauksissa erottautui selkeästi kolme syytä jäseneksi liittymiseen. Nämä olivat verkostoitumisen mahdollisuus, kollegan suositus jäseneksi liittymiseen ja itsensä kehittämisen. Näiden lisäksi kaksi vastaajaa oli tullut jäseneksi kollegan tilalle.

Kuka maksaa jäsenyytesi? (n=29)

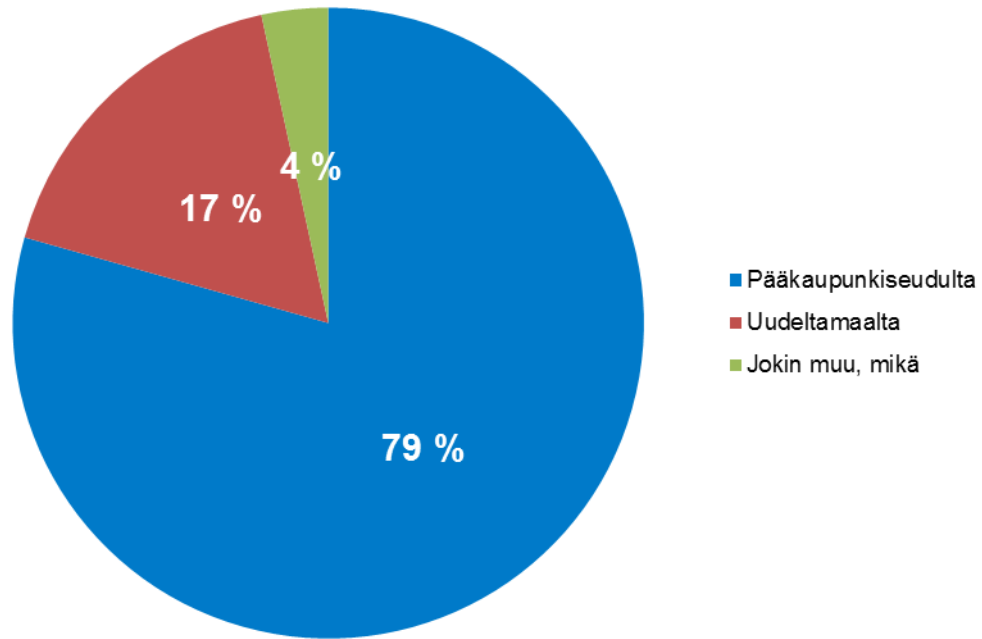


Kuvio 3. Jäsenmaksujen maksajat, n=29.

Kyselyn mukaan 21 % vastanneista maksoi jäsenmaksunsa itse, kun taas 79 % vastaajista ei joutunut maksamaan sitä itse vaan heidän työnantajansa maksoi sen. Vastausvaihtoehtona oli myös ”joku muu, kuka?”, mutta yksikään 29 vastaajasta ei valinnut tätä vaihtoehtoa. (Kuvio 3)

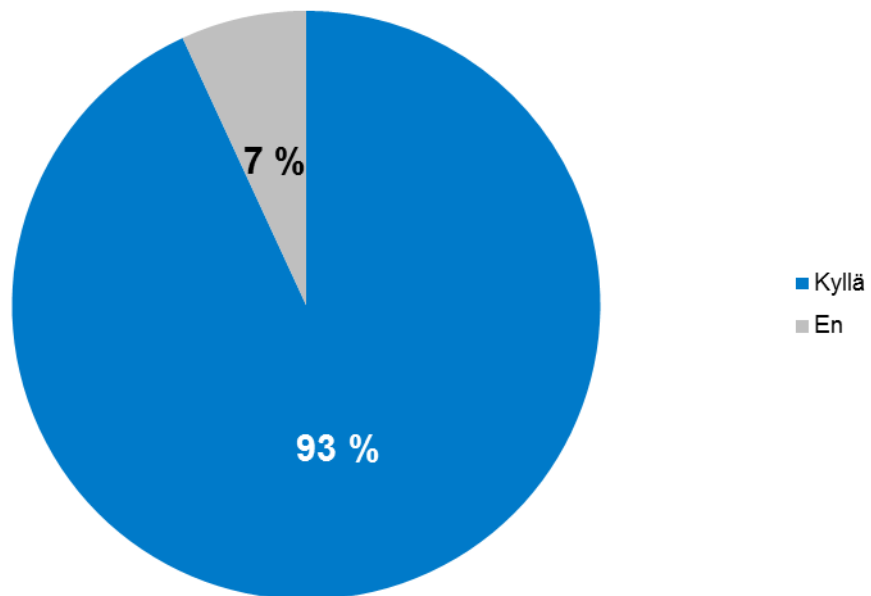
Jäsenten asuinpaikkakunnat voivat vaikuttaa jäsenyyden tuomaan lisäarvoon, joten yhtenä taustakysymyksenä selvitimme vastaajien asuinpaikkakuntia. Vastausten perusteella huomattava osa heistä tulee pääkaupunkiseudulta. Vastanneista 79 % tuli pääkaupunkiseudulta ja 17 % tuli puolestaan Uudeltamaalta. Vain yksi vastanneista jäsenistä tuli muualta kuin pääkaupunkiseudulta tai Uudeltamaalta, sillä hän tuli Päijät-Hämeestä. (Kuvio 4)

Miltä paikkakunnalta tulet? (n=29)



Kuvio 4. Vastaajien asuinpaikkakunnat, n=29.

Osallistuitko MPI Finland Chapter'in järjestämiin tilaisuuksiin vuonna 2014? (n=29)



Kuvio 5. Osallistuitko vastaaja vuoden 2014 tilaisuuksiin, n=29.

Jäsenkyselyssä oli kaksi mahdollista polkua. Ne, jotka olivat osallistuneet MPI Finlandin vuonna 2014 järjestämiin tilaisuuksiin, siirtyivät sivulle, jossa heille esitettiin kysymyksiä

kyseisistä tilaisuuksista. Puolestaan ne vastaajat, jotka eivät olleet osallistuneet kyseisiin tilaisuuksiin, siirtyivät sivulle, jossa heiltä kysyttiin mitä yhdistys voisi tehdä toisin, jotta jäsen osallistuisi tilaisuuksiin jatkossa. Kyseessä oli kyselyn kulun kannalta määrittelevä kysymys. Suuri enemmistö eli 93 % vastaajista oli osallistunut vuoden 2014 tilaisuuksiin. (Kuvio 5)

6.2.2 Vuoden 2014 tilaisuudet

7 % vastaajista ei osallistunut MPI Finlandin vuonna 2014 järjestämiin tilaisuuksiin. 7 % oli määrällisesti laskettuna yhtä kuin 2 vastaajaa. Heiltä pyydettiin avoimia ehdotuksia siihen, että mitä yhdistys voisi toisin, jotta he osallistuisivat tuleviin tilaisuuksiin. Kysymys ei ollut pakollinen ja siihen vastattiin vain kerran. Vastaaja totesi, että hän ei jättänyt tulematta tilaisuuksiin aiheiden kiinnostamattomuuden takia, vaan aikatauluongelmien takia.

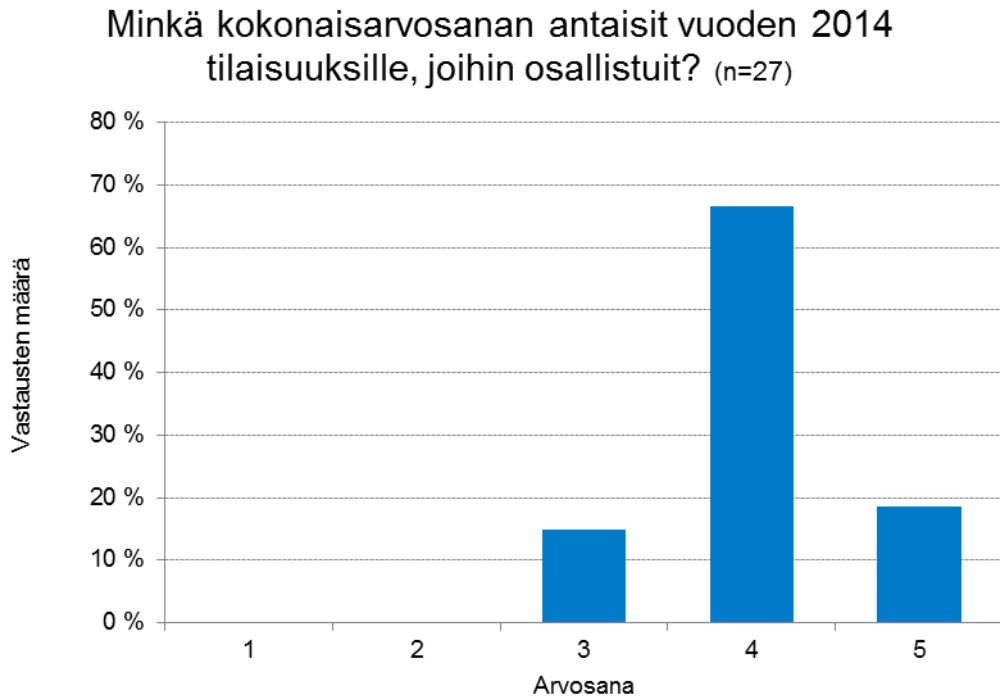
Mihin MPI Filand Chapter'in tilaisuuksiin osallistuit vuonna 2014? (n=26)



Kuvio 6. Mihin vuoden 2014 tilaisuuksiin kyselyyn vastanneet osallistuivat, n=26.

Sille osalle vastaajista, jotka osallistuivat vuoden 2014 tilaisuuksiin, esitettiin seuraavaksi kysymyksiä koskien kyseessä olevien tilaisuuksien onnistumista. Kyselyssä selvitimme myös mihin tilaisuuksiin jäsenet olivat osallistuneet. Kolme suosituinta tilaisuutta järjestyksessä suosituimmasta kolmanneksi suosituimpaan olivat ”Tapahtumatekniikan haasteet ja mahdollisuudet”, ”Finland & International Events” ja ”Rento Rullaus - oman ajankäytön kehittäminen”. Jokaiseen näistä tilaisuudesta osallistui yli 45 % kyselyyn vastanneista ja

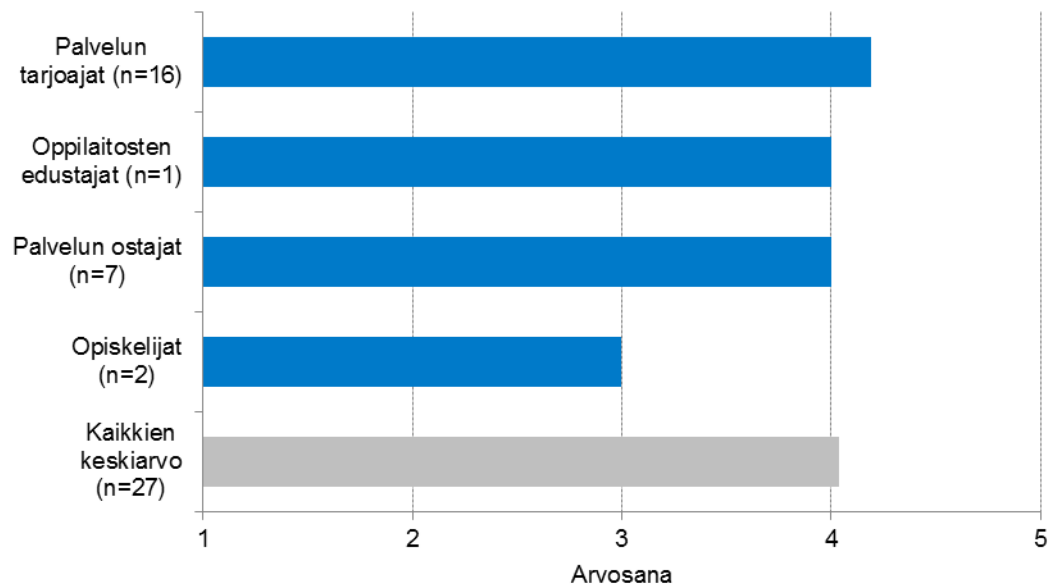
vähintään yhteen tilaisuuteen osallistuneista jäsenistä. ”Tapahtumatekniikan haasteet ja mahdollisuudet” -tilaisuuteen osallistui lähes 54 % kyseessä olevasta joukkiosta. Yksi tilaisuuksista nousi selvästi epäsuosituimmaksi viime vuoden kahdeksasta tilaisuudesta, joka oli ”Evento Awards – Behind the scenes”. Tähän tilaisuuteen osallistui vain noin 19 % tilaisuuksiin osallistuneista vastaajista. (Kuvio 6)



Kuvio 7. Kokonaisarvosana vuoden 2014 tilaisuuksille, n=27.

Kyselyssä pyydettiin antamaan kokonaisarvosana tilaisuuksille, joihin vastaaja oli osallistunut. Kuvio 7 havainnollistaa kokonaisarvosanojen jakautumista asteikolla 1-5, jossa vaihtoehto 1 tarkoitti erittäin huonoa ja vaihtoehto 5 puolestaan erittäin hyvää. Arvosanat painottuivat vahvasti lähemmäksi arvosanaa viisi ja arvosanojen keskiarvo oli 4,04. On hyvä huomata, että heikoin annettu arvosana oli 3, joten kaikkien vastanneiden mielestä tilaisuudet olivat onnistuneet vähintään tyydyttävästi.

Kokonaisarvosana tilaisuuksille (jäsenyyden tyypin mukaan)



Kuvio 8. Kokonaisarvosana tilaisuuksille jäsenryhmän perusteella, n=27.

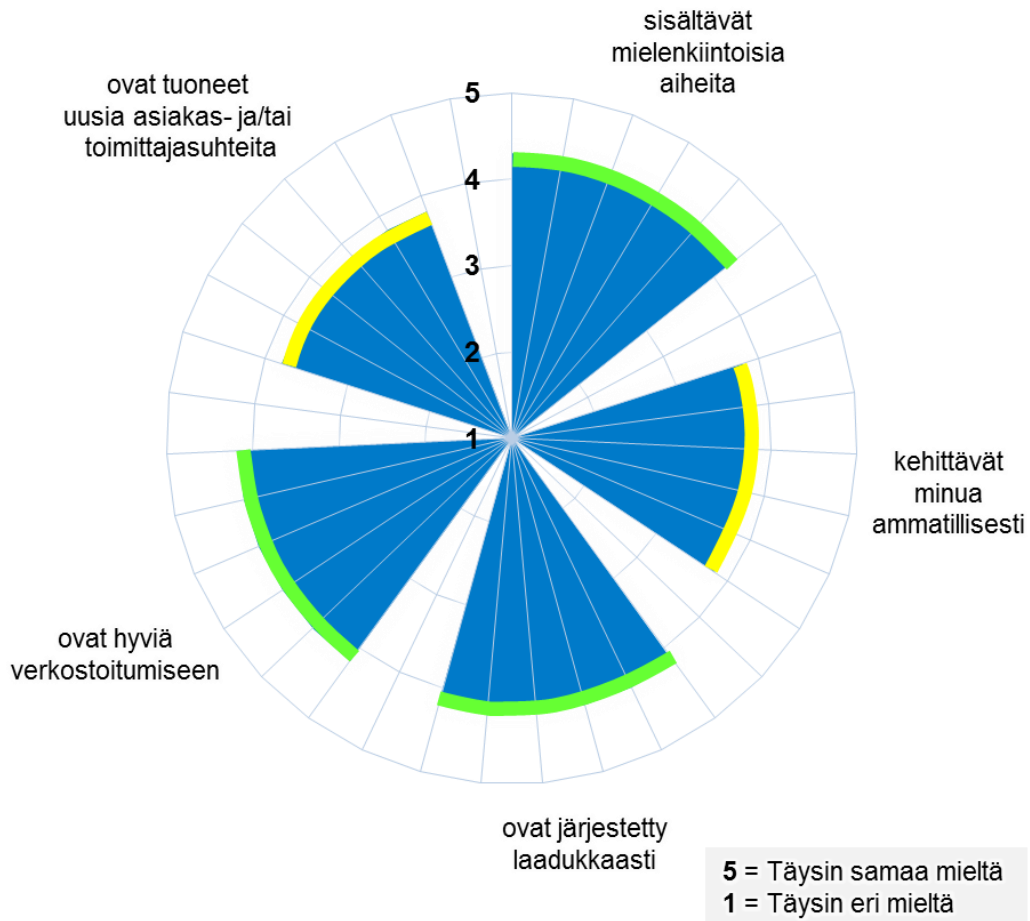
Vertailtaessa vuoden 2014 tilaisuuksien kokonaisarvosanoja jäsenstatuksien mukaan, voidaan huomata, että palvelujen ostajat olivat kaikista jäsenryhmistä tyytyväisimpiä tilaisuuksien antiin. Heidän antamien arvosanojen keskiarvo oli 4,19. Opiskelijat olivat jäsenryhmistä tyytymättömmimpiä edellisen vuoden tilaisuuksiin ja he arvioivat ne keskimäärin tyydyttäväksi eli keskiarvoltaan 3:n arvoiseksi (Kuvio 8). Vertailua tehtiin myös sen suhteen, että vaikuttaako jäsenyyden ajallinen kesto tunteeseen tilaisuuksien onnistumisesta. Vertailun perusteella näyttää siltä, että vastaajat, jotka olivat olleet yhdistyksen jäseninä 2-3 vuotta, antoivat muita vastaajia huonompia arvosanoja tilaisuuksille. Tämän ryhmän keskiarvo oli 3,67 kun muiden ryhmien antamat keskiarvot olivat vähintään 4,00. (Liite 5)

Avoimella kysymyksellä tiedusteltiin sitä, että mihin jäsenet olivat erityisen tyytyväisiä MPI Finlandin tilaisuuksissa. Vastauksia oli useita ja niiden joukosta erottautui muutama tekijä muiden joukosta. Tilaisuuksien sisältöä ja aiheita keuhuttiin useampaan otteeseen. Verkostoitumiseen ja kollegoiden tapaamiseen jäsenet olivat myös tyytyväisiä sekä tilaisuuksien puhujiin ja kansainvälisiin vieraisiin. Järjestämisen laatua arvostettiin kuten myös sitä, että jäsenten toiveita on kuunneltu tilaisuuksien parantamiseksi. (Liite 4.)

Kehitysehdotuksia tilaisuuksia kohtaan kerättiin edellisen kysymyksen tavoin avoimella kysymyksellä. Eniten vastaajat toivoivat entistä enemmän sosiaalista kanssakäymistä ja verkostoitumista. Verkostoitumiseen oltiin yleisesti tyytyväisiä, mutta sitä toivottiin silti li-

sää. Tilaisuuksiin osallistuvien jäsenten esittelyä toivottiin myös verkostoitumisen lisäksi. Tätä perusteltiin muun muassa sillä, että verkostoituminen ei olisi enää yhtä sattumanvaraista kuin nykyään. Loput ehdotukset olivat yksittäisiä mielipiteitä. Yksittäiset jäsenet ehdottivat muun muassa tilaisuuksien järjestämistä harvemmin, vähemmän puhujia tilaisuuksiin ja ajankohtaisten trendien seuraamista entistä useammin.

Yhdistyksen järjestämät tilaisuudet ...



Kuvio 9. Väittämiä MPI Finlandin vuonna 2014 järjestämistä tilaisuuksista, n=27.

Vastaajat arvioivat MPI Finlandin vuoden 2014 järjestämiä tilaisuuksia kokonaisuuden lisäksi myös viidessä tekijässä. Kysymys oli aseteltu niin, että tekijät muodostivat väittämiä, joita vastaaja arvioi asteikolla 1-5. Vaihtoehto 1 tarkoitti, että vastaaja oli täysin eri mieltä väitteen kanssa ja vaihtoehto 5 puolestaan sitä, että hän oli täysin samaa mieltä. Jos vastaaja ei osannut arvioida väitettä, niin hänelle oli annettu mahdollisuus valita vaihtoehto "En osaa sanoa". Jokainen väite keräsi 27 vastausta. Kuvio 9 kuvastaa väittämiä laskettuja keskiarvoja. Jokainen keskiarvopalkki on värikoodattu, jossa vihreä väri osoittaa hyvää keskiarvoa, keltainen keskinkertaista keskiarvoa ja punainen huonoa keskiarvoa.

Yksikään väittämistä ei saanut huonoa keskiarvoa, joten kuvio 9 näyttää vain keltaisia ja vihreitä palkkeja.

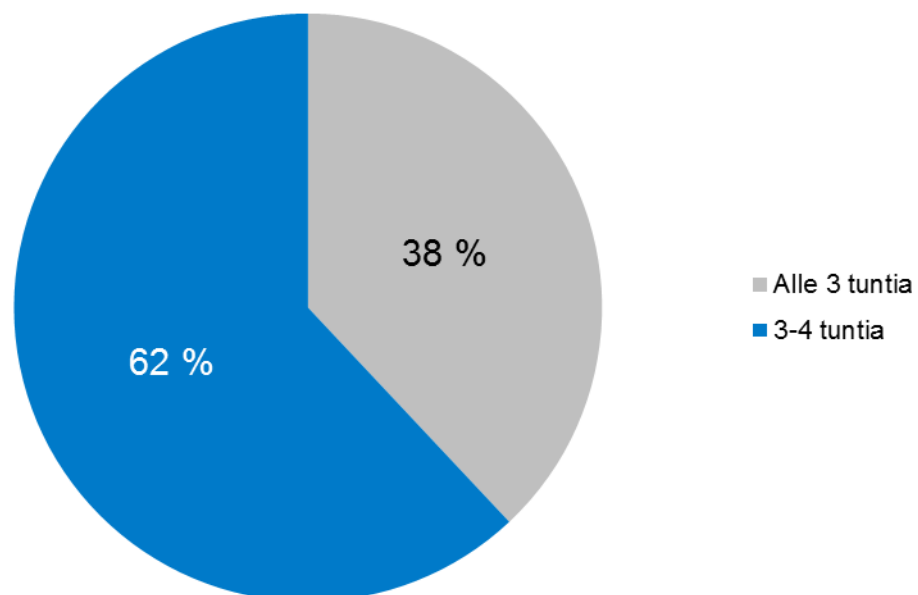
Korkeimman keskiarvon keräsi tilaisuuksien aiheet, jonka väittämän keskiarvo oli 4,3. Vastajat olivat myös hyvin samaa mieltä siitä, että tilaisuudet ovat hyviä verkostoitumiseen ja että ne ovat järjestetty laadukkaasti. Molemmat väitteet saivat keskiarvoiksi 4,19. Heikommin vertailussa pärjäsivät väittämät, joiden mukaan tilaisuudet ovat tuoneet asiakas ja/tai toimittajasuhteita tai kehittäneet jäsentä ammatillisesti. Kummatkin väittämistä saivat keskiarvoksi noin 3,8. (Kuvio 9)

Kahden merkittävimmän jäsenryhmän, palvelujen tarjoajien ja palvelujen ostajien, vastauksia edelliseen kysymykseen tilaisuuksien onnistumisesta vertailtiin keskenään. Vertailussa selvisi, että palvelujen ostajat arvostivat tilaisuuksien jokaista vertailtavaa osaluuetta enemmän kuin palvelujen tarjoajat. (Liite 5)

6.2.3 Toiveita tuleviin tilaisuuksiin

Jäsenten mieltymyksiä nykyisiin tilaisuuksiin ja toiveita tuleviin selvitettiin yhdessä kyselyn osiossa. Tässä osiossa oli neljä yksivalintakysymystä ja yksi avoin kysymys. Kysymyksillä selvitettiin sopivaa kestoa ja parasta vuorokauden aikaa tilaisuudelle, tärkeintä syytä siihen, miksi jäsenet tulevat tilaisuuksiin ja lopuksi ehdotuksia tuleviin tilaisuuksiin.

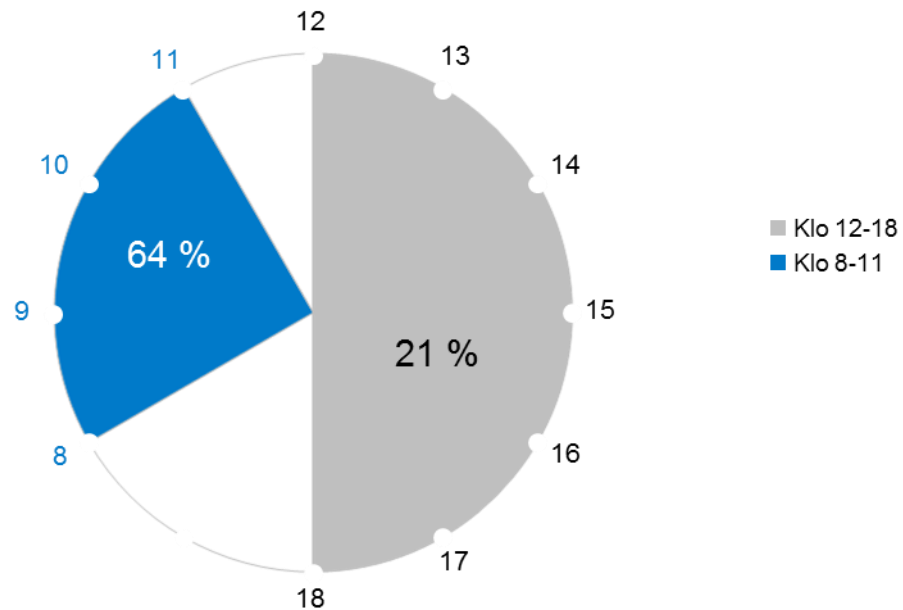
Mikä on mielestäsi sopiva kesto tilaisuudelle keskimäärin? (n=29)



Kuvio 10. Sopiva kesto tilaisuudelle, n=29.

Kuvio 10 hyvin havainnollistaa sen, että iso osa eli 62 % vastaajista kannattaa 3-4 tunnin pituisia tilaisuuksia. Alle kolmen tunnin pituiset tilaisuudet saivat myös kannatusta 38 %:lla. Vastausvaihtoehtona oli näiden lisäksi myös yli neljä tuntia kestävät tilaisuudet, mutta yksikään vastaajista ei valinnut tätä vaihtoehtoa.

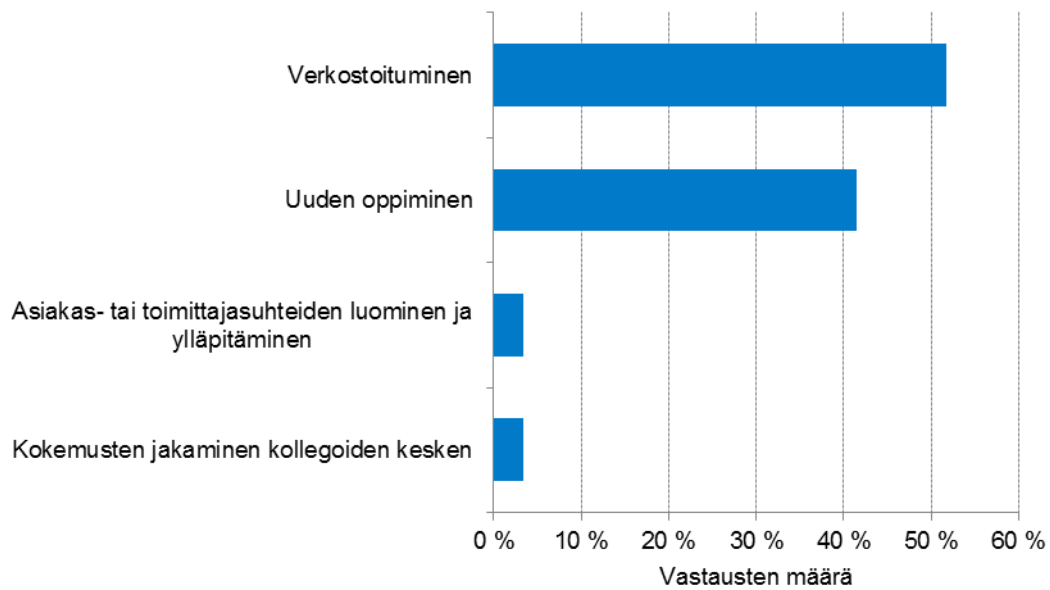
Mikä on mielestäsi paras vuorokaudenaika tilaisuudelle? (n=28)



Kuvio 11. Paras vuorokaudenaika tilaisuudelle, n=28.

Kuviosta 11 näemme, että kello 8-11, toisin sanoen aamu, oli vastaajien mielestä paras vuorokauden aika tilaisuuksille. Kyseinen vastausvaihtoehto sai 64 % vastauksista. Kello 12-18 sai toiseksi eniten kannatusta 21 % vastauksista. Vastausvaihtoehtona oli myös ilta, joka oli määritelty kyselyyn kello 19-22 väliseksi ajaksi, mutta se ei saanut ollenkaan kannatusta. Kysymykseen oli mahdollista vastata avoimellakin vastauksella. Tämän vastausvaihtoehdon käytti neljä henkilöä, joiden mielestä aamu- ja iltatilaisuudet ovat molemmat hyviä ja järjestämisaikaa voisi vaihdella näiden ajankohtien välillä. Yksi vastaajista mainitsi, että kello kahdeksan alkava tilaisuus on liian aikainen ja että hän suosii enemmän kello 9 alkavia tilaisuuksia ja toinen vastaaja oli sitä mieltä, että töistä on vaikeaa päästä tilaisuuksiin ennen kello kolmea.

Mikä on tärkein syy, jonka takia osallistut tilaisuuksiin? (n=29)



Kuvio 12. Tärkein syy tilaisuuksiin osallistumiselle, n=29.

Vastaajat olivat selkeästi kahden vaihtoehdon kannalla, kun kysymys oli siitä mikä on tärkein syy siihen, että he osallistuvat tilaisuuksiin. Verkostoituminen oli lähes 52 % mielestä tärkein yksittäinen syy ja uuden oppiminen oli hieman päälle 41 % mielestä tärkeintä tilaisuuksissa. 3,4 % vastaajista valitsi asiakas- tai toimittajasuhteiden luomisen tärkeimmäksi tekijäksi tilaisuuksiin osallistumisessa. Yhtäläillä 3,4 % arvosti kokemusten jakamista kollegoiden kesken tärkeimmäksi tekijäksi. Kysymyksessä oli myös ”Jokin muu, mikä” -vaihtoehto, mutta kaikki vastaajat löysivät sopivan valmiiksi annetun vastausvaihtoehdon.

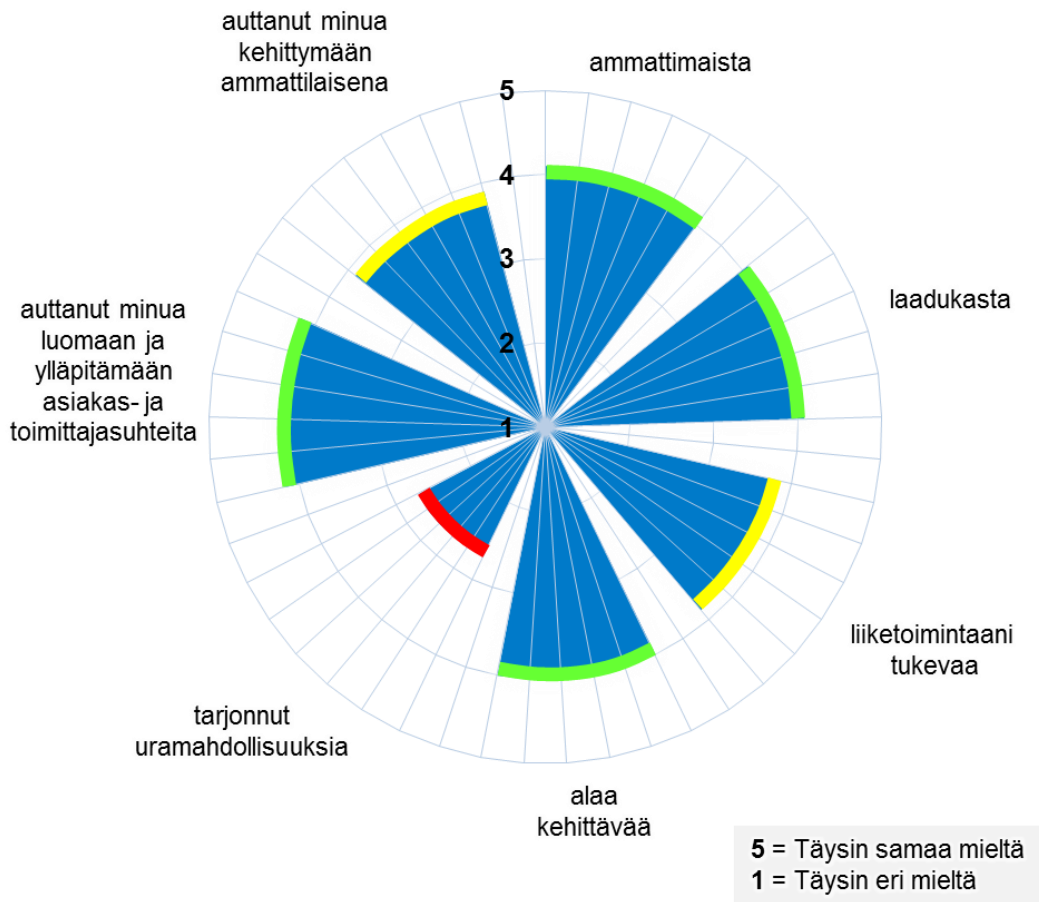
Tämän osion lopuksi oli avoin kohta, johon kyselyn tekijä pystyi antamaan ehdotuksia tulevien tilaisuuksien aiheiksi, järjestämispaikoiksi ja/tai puhujiksi. Ehdotuksia tuli useita ja jokainen niistä oli omanlaisensa. Selkeää kaava tai mallia ei ollut vastauksista löydettävissä, mutta useampi vastaajista oli kiinnostunut uusista kokouspaikoista, kuten hotelleista, joissa ei ole vielä vierailtu. Jäsenkyselyn avoimet vastaukset on mahdollista lukea liitetiedosto 4:stä.

6.2.4 Tyytyväisyys yhdistyksen toimintaan

Jäsenkyselyn viimeisessä osiossa selvitimme jäsenten tyytyväisyyttä yhdistyksen toimintaan, MPI:n palvelujen tunnettuutta, jäsenyyden tuomaa lisäarvoa, joiden lisäksi vastaajia

pyydettiin antamaan kehitysehdotuksia yhdistyksen toimintaa kohtaan ja terveisiä yhdistyksen hallitukselle.

Yhdistyksen toiminta on...



Kuvio 13. Väittämiä yhdistyksen toiminnasta, n=29.

Yhdistyksen toiminnan menestyksellisyyttä kartoitettiin seitsemällä väittämällä, jotka ovat havainnollistettu kuviossa 13. Kysymystyyppi oli asteikollinen taulukko. Kyseessä oli samanlainen kysymys kuin jo aiemmin esiintynyt kysymys, jossa kartoitettiin tilaisuuksien onnistumista. Kuvio13 noudattaa siis kuvion yhdeksän asettamaa mallia. Keskiarvopalkkien värikoodit ovat myös yhteneväiset kuvioon yhdeksän verrattuna, eli vihreä väri osoittaa keskiarvoltaan hyvää, keltainen keskinkertaista ja punainen huonoa. Kaikki kyselyn tekijät vastasivat jokaiseen väittämään.

Vastausten perusteella yhdistyksen toiminta on ollut ammattimaista, laadukasta ja alaa kehittävää, mutta kaikista parhaiten se on pystynyt auttamaan jäseniä luomaan ja ylläpitämään asiakas- ja toimittajasuhteita. Kyseisen väittämän keskiarvo kohosi lukemaan 4,19. Muiden vihreällä olevien väittämien keskiarvot olivat välillä 4,00-4,11. Vastaajat ar-

voivat, että yhdistyksen toiminta on auttanut heitä kehittymään ammattilaisena ja tukenut heidän liiketoimintaansa kohtuullisen hyvin. Näiden väittämien keskiarvot olivat 3,89 ja 3,85. Selvästi huonoimman keskiarvon sai se väittämä, jonka mukaan yhdistyksen toiminta olisi tarjonnut jäsenelle uramahdollisuuksia. Vastajaat eivät olleet väittämän kanssa samaa mieltä, sillä sen keskiarvo oli 2,71.

Yhdistyksen toiminta on ...

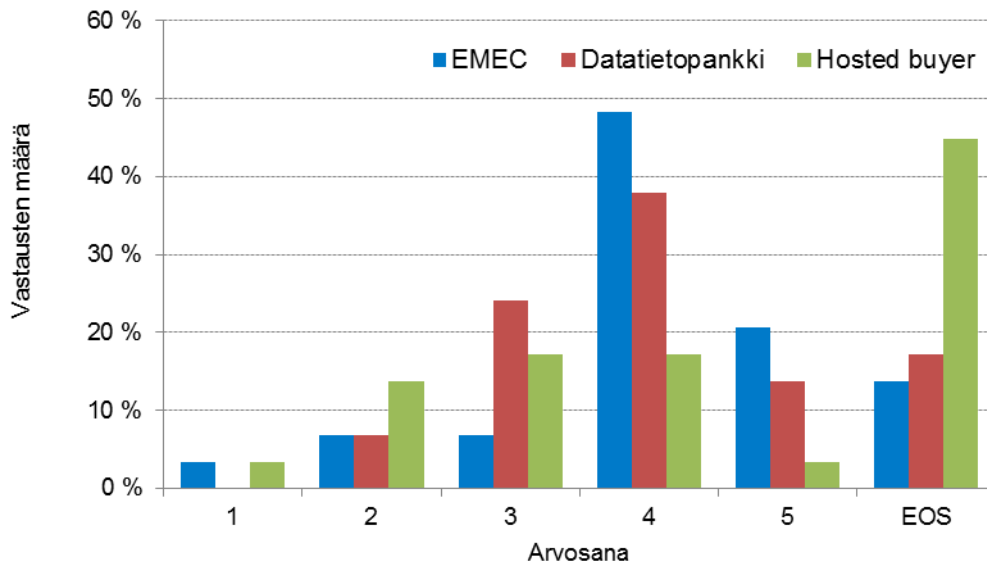
Väittämä:	Tarjoajat (n=16)	Ostajat (n=8)	Kaikkien ka (n=29)
- ammattimaista	4,06	4,29	4,11
- laadukasta	4,06	4,29	4,07
- liiketoimintaani tukevaa	3,75	4,14	3,85
- alaa kehittävää	4,00	4,43	4,00
- tarjonnut uramahdollisuuksia	2,57	2,60	2,71
- auttanut minua luomaan ja ylläpitämään asiakas ja toimittajasuhteita	4,33	4,29	4,19
- auttanut minua kehittymään ammattilaisena	3,63	4,29	3,89
Arvosana (5=täysin samaa mieltä, 1=täysin eri mieltä)			

Taulukko 1. Yhdistyksen toiminnan onnistuneisuuden vertailu kahden merkittävimmän jäsenryhmän kesken, n=8-29.

Kuten kahden suurimman jäsenryhmän aiemmassa vertailussa tilaisuuksien onnistumisesta, palvelujen ostajat olivat tyytyväisempiä yhdistyksen toimintaan kuin palvelujen tarjoajat. Palvelujen ostajat arvostivat yhdistyksen toimintaa määrittelevät tekijät systemaattisesti korkeammalle kuin vertailun toinen jäsenryhmä. Huomattavimmat erot tulevat, kun yhdistyksen toiminnan väitetään olevan jäsenen liiketoimintaa tukevaa tai auttaneen häntä kehittymään ammatillisesti. Molemmissa väitteissä palvelujen ostajien vastausten keskiarvo oli huomattavasti korkeampi kuin palvelujen tarjoajien. (Taulukko 1)

MPI Finlandille oleellista tietoa on se, että kuinka tärkeiksi jäsenet kokivat MPI:n tarjoamat palvelut European Meetings and Events Conference -tilaisuuden, kansainvälisen datatietopankin ja Hosted buyer -ohjelman. Kappaleessa 2.4 selvitetään mitä kyseiset palvelut käytännössä ovat ja mitä ne tarkoittavat. Näiden palvelujen tärkeyttä mitattiin yksivalintakysymyksillä, joiden arvoasteikko oli 1-5. Tällä asteikolla vaihtoehto 1 oli ”ei yhtään tärkeä” ja vaihtoehto 5 oli ”erittäin tärkeä”.

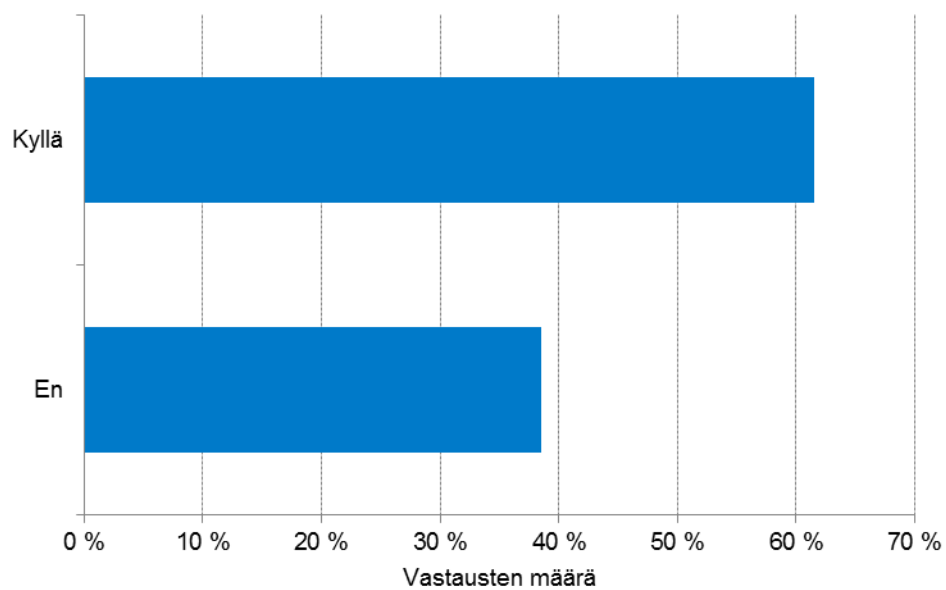
Kuinka tärkeinä pidät seuraavia MPI'n tarjoamia palveluita? (n=29)



Kuvio 14. MPI:n tarjoamien palvelujen tärkeys jäsenille, n=29.

Kyseessä olevista palveluista tärkeimmäksi valikoitui European Meetings and Events Conference 3,88 keskiarvolla. Kansainvälinen datatietopankki ei jäänyt kauaksi 3,71 keskiarvolla, mutta Hosted Buyer -ohjelmaa ei arvostettu kovinkaan tärkeäksi. Sen keskiarvoksi tuli 3,06 ja kuten kuvioista 14 osoittaa lähes 45 % vastanneista ei osannut antaa arvosanaa kyseiselle palvelulle. "En osaa sanoa" -vastausvaihtoehtoa vastattiin tämän kysymyksen kohdalla selvästi eniten muihin kysymyksiin verrattuna, joka viittaa siihen, että jäsenet eivät tunteneet kyseessä olevia palveluita tarpeeksi hyvin antaakseen niille arvosanaa.

Haluatko jatkossa lisätietoja kyselyssä mainituista MPI'n palveluista? (n=26)



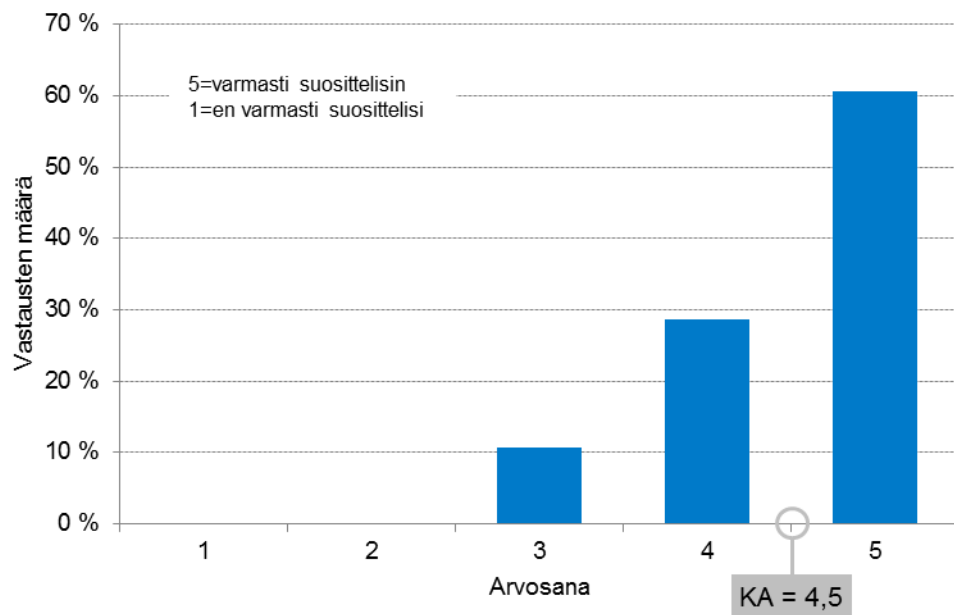
Kuvio 15. Lisätietojen haluttavuus kyselyssä mainituista MPI:n palveluista, n=26.

Enemmistö eli noin 62 % vastanneista haluaa edellä mainituista MPI:n palveluista lisätietoja tulevaisuudessa. Loput vastanneista eivät kokeneet tarvetta lisätiedoille. Kuvion 15 palkkikaavio havainnollistaa näitä tuloksia.

Vastanneita pyydettiin kertomaan heidän omin sanoin mitä lisäarvoa jäsenyys tuo heille. Vastausten perusteella jäsenyys tuo heille verkostoja, ihmisten tapaamista, uuden oppimista ja irtiottoa arjesta. Lisäksi he pysyvät ajan tasalla alaan liittyvistä asioista kun he ovat MPI Finlandin jäseniä.

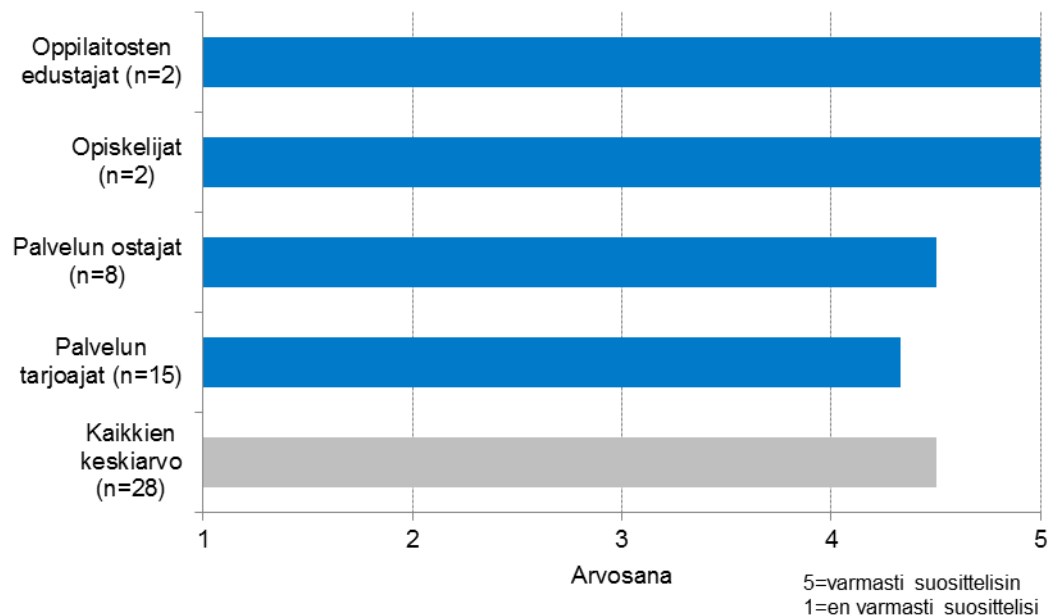
Kyselyyn vastanneet olivat erittäin valmiita suosittelemaan MPI Finland Chapterin jäsenyyttä muille, kuten kuvio 16 osoittaa. Asteikolla 1-5, jossa vaihtoehto 1 tarkoitti ”en varmasti suosittelisi” ja vaihtoehto 5 tarkoitti ”varmasti suosittelisin”, tulos oli keskiarvoltaan 4,5. Tämän tuloksen perusteella MPI Finlandin jäsenet suosittelevat jäsenyyttä hyvin varmasti muille. Kyselyn tekijöiltä kysyttiin myös sitä, että miksi he eivät suosittelisi jäsenyyttä muille, mutta yksikään henkilö ei vastannut tähän kysymykseen.

Kuinka todennäköisesti suosittelisit MPI Finland Chapter'in jäsenyyttä muille? (n=28)



Kuvio 16. Jäsenyyden suosittelun todennäköisyys, n=28.

Jäsenyyden suosittelu muille (jäsenyyden tyypin mukaan)



Kuvio 17. Jäsenyyden suosittelu jäsenryhmän perusteella, n=28.

Se, että mihin jäsenryhmään kyselyyn vastannut kuului, vaikutti hieman jäsenyyden suositteluun muille kuten kuvio 17 osoittaa. Herkimmin jäsenryhmistä jäsenyyttä suosittelevat

oppilaitosten edustajat ja opiskelijat. Kummankin ryhmän keskiarvo oli täysi 5,00 asteikolla 1-5, jonka perusteella he suosittelisivat jäsenyyttä varmasti muille. Täytyy kuitenkin huomioida ryhmien pieni vastausmäärä, jonka takia tulokseen tulee suhtautua varauksellisesti. Palvelujen tarjoajat eivät ole yhtä innokkaita suosittelemaan jäsenyyttä kuin palvelujen ostajat, vaikkakin ero ei ole suuri (Kuvio 17). Jäsenyyden kestolla ei ollut huomattavaa vaikutusta jäsenyyden suosittelemiseen, vaikka nuorempien jäsenien vastausten keskiarvo olikin vanhempia jäseniä korkeampi (Liite 6).

Kyselyn lopussa kyselyn tekijät pystyivät jättämään kehitysehdotuksia tai terveisiä MPI Finland Chapterille. Kolme tähän kohtaan vastannutta lähettivät MPI:lle positiivisia terveisiä. Kaksi muuta vastannutta kaipasivat lisää jäseniä yhdistykseen. Terveiset ja kehitysehdotukset olivat positiivisella sävyllä kirjoitettuja.

Kyselyn viimeisellä sivulla oli edellä mainittujen kysymysten lisäksi mahdollisuus ilmaista kiinnostuksensa yhdistyksen hallituksen toimintaan, kertoa kenelle suosittelee jäsenyyttä, osallistua 100 euron ravintolalahjakortin arvontaan ja ilmaista kiinnostuksensa osallistua tämän opinnäytetyön jäsenhaastatteluihin. 11 jäsentä osallistui arvontaan, joka suoritettiin pikaisesti kyselyn päätyttyä. Yksikään kyselyyn vastanneista jäsenistä ei ilmaissut kyselyn kautta kiinnostustaan jäsenhaastatteluihin, mutta neljä ilmaisi kiinnostuksensa hallituksen toimintaan.

6.3 Jäsenhaastattelut

Yhteensä viidessä jäsen haastattelussa nousi esille selvästi viisi teemaa, joiden puitteissa haastattelujen aineisto esitetään. Teemat ovat taustatiedot, tyytyväisyys tilaisuuksiin ja yhdistyksen toimintaan, jäsenyyden tuottama lisäarvo sekä tulevaisuuden toiveet. Näiden aihealueiden ympärillä haastattelujen keskustelut pyörivät. Tutkija oli itse määritellyt kyseiset teemat ennen haastatteluja ja ne eivät muuttuneet haastattelujen aikana juuri ollenkaan. Aineisto esitetään haastattelu kerrallaan ja teemoja noudattaen. Haastateltavien nimiä ei tulla paljastamaan heidän anonymiteetin turvaamiseksi, joten haastateltavista käytetään koodinimiä H1, H2 ja niin edelleen.

6.3.1 Haastattelu 1

Ensimmäinen haastattelu pidettiin Voip -palvelu Skypen avulla. Haastateltava 1 oli MPI Finlandin entinen jäsen. Hän kuuluu tällä hetkellä kilpailevan yhdistyksen hallitukseen ja hänen kollegansa on nykyisin MPI Finlandin jäsen. H1 ei osallistunut enää vuonna 2014 MPI:n järjestämiin tilaisuuksiin, sillä hän halusi keskittyä kilpailevan yhdistyksen hallitus-

toimintaan. Silloin, kun H1 kävi vielä MPI Finlandin tilaisuuksissa, hän asui Espoossa, joten kulkeminen oli helppoa. Jäsenyyden maksoi hänen työnantaja ja haastateltavan jäsenyys oli palvelun tarjoaja.

Haastateltavalle kolme tärkeintä seikkaa, joiden takia hän kävi MPI jäsenyyden aikana yhdistyksen tilaisuuksissa, olivat verkostoituminen, potentiaalisten asiakkaiden tapaaminen sekä koulutus. Verkostoituminen alan kollegoiden oli tärkeää ja myös se, että potentiaalisia asiakkaita pääsi kohtaamaan helposti. Jälkimmäinen näistä oli haastateltavan mielestä yksi tekijöistä, joka erottaa MPI Finlandin muista vastaavista yhdistyksistä Suomessa. Koulutuksen tärkeys ja arvo riippui luonnollisesti tilaisuudelle asetetusta aiheesta, mutta uuden oppiminen oli yksi tärkeimmistä tekijöistä, joiden takia haastateltava kävi tilaisuuksissa. H1 oli yleisesti tyytyväinen tilaisuuksien tasoon, jotka olivat järjestetty hänen jäsenyyden aikana. Erityisen miellyttävää hänen mielestään oli se, että tilaisuuksiin tulevat ihmiset vaihtuivat huomattavasti tilaisuudesta toiseen. Tämä takasi sen, että hän pystyi jatkuvasti tutustumaan uusiin ihmisiin ja luomaan uusia kontakteja. Haastateltava sanoi, että tilaisuuksien järjestämisaikoja tulisi vaihdella ajoittain. Välillä on hyvä pitää aamutilaisuus ja välillä iltatilaisuus.

H1 oli oikein tyytyväinen MPI Finland Chapterin toimintaan. Hän kuvaili kyseistä organisaatiota dynaamiseksi, jossa tapahtuu paljon ja jonka hallitus on erittäin aktiivinen. Yhdistyksessä ollaan avoimia yhteistyölle ja uusille ideoille. Tästä syystä yhteistyö muiden yhdistysten kanssa on hyvää. H1:n kokemusten mukaan MPI toimii myös hyvänä tukiverkostona. Haastateltavan mukaan MPI Finland vaikuttaa ehdottomasti alaa ja se onkin yksi tärkeimmistä toimijoista Suomessa. H1 vakuutti, että oli tyytyväinen yhdistyksen toimintaan ja suosittelee mielellään MPI Finlandin jäsenyyttä muille. Haastateltava totesi, että hän suositteleekin jäsenyyttä aina silloin, kun MPI Finlandin jäsenyys sopii henkilölle paremmin kuin kilpailevan yhdistyksen jäsenyys, jonka toiminnassa H1 on tällä hetkellä mukana. ”Riippuu aina tilanteesta kumpi yhdistys sopii kyseiselle taholle paremmin” - haastateltava kertoo.

H1 koki saaneensa paljon lisäarvoa jäsenyydelleen silloin, kun hän oli MPI Finlandin jäsenä. Verkostoitumisen ja uusien asioiden oppimisen lisäksi haastateltava sai lisää alan tuntemusta. Hän koki myös yhteisöön kuulumisen tunnetta, joka olisi tarvittaessa tukena. Suurimman lisäarvon tuottivat tilaisuudet, joissa verkostoitumista ja oppimista tapahtui. H1 ei tuntenut MPI:n tarjoamia palveluita, kuten kansainvälistä datatietopankki ja Hosted Buyer -ohjelmaa, joten kyseiset palvelut eivät tuottaneet lisäarvoa hänelle.

Parannus ehdotuksia yhdistyksen toimintaan ja sen järjestämiin tilaisuuksiin tuli haastattelun yhteydessä muutamia. H1 toivoi, että tilaisuuksissa olisi aktiivinen ote myös yleisöllä eikä niin, että yleisö olisi pelkästään kuuntelemassa luentoa. Yleisö tulisi ottaa paremmin mukaan keskusteluun ja aiheeseen. Yhdistyksen kannattaisi myös jatkaa yhteistyön kehittämistä muiden yhdistysten kanssa.

6.3.2 Haastattelu 2

Toinen haastattelu tehtiin myös Voip -palvelu Skypen kautta. Haastateltava 2 oli Jyväskylässä asuva MPI Finlandin nykyinen jäsen. Hän liittyi yhdistykseen vuosia sitten tavoitteenaan ammatillinen kehittyminen. H2 osallistui muutamaaan MPI Finlandin järjestämään tilaisuuteen vuonna 2014. Haastateltava oli jäsenyydeltään palvelujen ostaja ja hänen jäsenmaksunsa on hoitanut työnantaja.

H2 osallistui MPI Finland Chapterin vuonna 2014 järjestämistä tilaisuuksista kahteen, jotka olivat ”Doing More with Less: Intelligent Small-Budget Marketing” ja ”Rento Rullaus – oman ajankäytön kehittäminen”. ”Doing More with Less” -tilaisuudesta haastateltava ei muistanut juuri mitään, joten kyseisen tilaisuuden onnistumista hän ei kyennyt arvioimaan. Hän kuitenkin kommentoi, että tilaisuudella oli hyvä otsikko, joka sai hänen kiinnostuksensa heräämään. ”Rento Rullaus” -tilaisuudesta H2 sanoi, että hänellä oli korkeat odotukset tilaisuudelle, mutta odotukset eivät täyttyneet. Hänen mielestään tilaisuudessa oli huono luennoitsija, joka heikensi tilaisuuden tasoa tuntuvasti. H2 käy tilaisuuksissa tapaamassa ystäviä ja uusia tuttavuuksia sekä oppimassa uutta. Verkostoituminen oli kuitenkin tärkein yksittäinen tekijä, jonka takia haastateltava on käynyt MPI Finlandin tilaisuuksissa.

Yhdistyksen toimintaan haastateltava oli osittain tyytyväinen. Hänen mielestään yhdistys tiedottaa tilaisuuksista hyvin ja tilaisuudet ovat järjestetty hyvissä ja mielenkiintoisissa paikoissa. H2 mukaan yhdistyksen toiminta on ammattimaista ja alaa kehittävää. Erityiskiihtöksen hän antoi sille käytännölle, että tilaisuuksiin saa tuoda kerran kaudessa yhden ei-jäsenen tutustumaan yhdistyksen toimintaan ja tilaisuuksiin. ”Yhdistyksen toiminta on kehittynyt paljon viimeisten kolmen vuoden aikana” -haastateltava kertoo.

Haastateltava arvioi saavansa suurimman lisäarvon jäsenyydelleen tilaisuuksiin osallistumisesta. Tällöin hän pystyy verkostoitumaan alan ammattilaisten kanssa, tapaamaan ystäviään, näkemään uusia mielenkiintoisia tapahtumapaikkoja ja tietämään mitä alalla tapahtuu. H2 suosittelee jäsenyyttä yhdistyksen ulkopuolisille henkilöille, joten jäsenyys on

hänen mielestään arvokas. Tosin jos haastateltava joutuisi itse maksamaan jäsenyytensä, niin hän arveli, ettei kuuluisi yhdistykseen tällä hetkellä.

Haastattelun aikana nousi esille useita kehitysehdotuksia yhdistyksen toimintaan liittyen. Yksi suurimmista ongelmista H2:n mielestä MPI Finlandin toiminnassa on se, että toiminta keskittyy hyvin paljon pääkaupunkiseudulle. Ulkopaikkakuntalaisena on vaikeaa päästä useaan tilaisuuteen vuoden aikana ja jokaiseen tilaisuuteen joutuu varaamaan paljon aikaa. Tästä syystä koulutustilaisuuksia voisi järjestää useammin ja myös järjestämisaikoja voisi vaihdella, jotta tilaisuuksiin osallistuminen helpottuisi. Tilaisuuksissa käytettyjen materiaalien jakaminen pitäisi olla sujuvaa ja helppoa, mutta H2 ei tuntenut, että tilanne olisi näin. Tätä seikkaa tulisi siis parantaa tulevaisuudessa. Yhtenä ehdotuksena haastateltava ehdotti, että jonkinlaista palvelujen tarjontaa voisi mahdollisuuksien mukaan olla joka kuu-kausi. Lisäksi tilaisuudet voisivat toistua eli saman tilaisuuden voisi järjestää uudestaan, jos kyseiseen tilaisuuteen ei päässyt ensimmäisellä kerralla.

6.3.3 Haastattelu 3

Kolmas haastattelu käytiin keskustelemalla kasvotusten haastateltavan työpaikalla. Hän työskentelee asuinpaikkakunnallaan Vantaalla, joten MPI Finlandin toiminta tapahtuu hyvin lähellä. Jäsenyydeltään haastateltava 3 oli palvelujen ostaja ja hänen jäsenyytensä on maksanut työnantaja. H3 liittyi jäseneksi noin viisi vuotta sitten tuttavien suosituksesta. Hän ei osallistunut vuonna 2014 MPI Finlandin järjestämiin tilaisuuksiin.

Aiempien vuosien tilaisuuksien laatuun haastateltava on ollut tyytyväinen. Puhujat ovat olleet laadukkaita ja aina on ollut mukavaa nähdä uusia ja mielenkiintoisia tapahtumapaikkoja. Erilaisten paikkojen näkeminen onkin yksi tärkeimmistä seikoista, jonka takia H3 on osallistunut tilaisuuksiin. Haastateltavan mukaan tilaisuudet ovat olleet laadukkaasti järjestettyjä, hyviä verkostoitumiseen ja aiheiden osalta mielenkiintoisia.

Yhdistyksen toimintaan H3 ei ottanut suuresti kantaa. Toiminta on ollut vähintäänkin tyydyttävää, mutta sähköpostimarkkinointiin haastateltavalta ei ollut kovin tyytyväinen. Haastateltavan mielestä yhdistys vaikuttaa toiminnallaan jonkin verran tapahtuma- ja kokousalaan Suomessa, mutta toiminnalla voitaisiin hänen mielestään kehittää alaa nykyistäkin enemmän. Kokonaisuudessaan yhdistyksen toiminta on ollut hyvää.

Jäsenyydestä H3 on hyötynyt muun muassa verkostoitumisen ja koulutustilaisuuksien kautta. Koulutustilaisuuksien aikana hän on oppinut paljon uutta alasta ja päässyt tutus-

tumaan muihin jäseniin. H3 ei olisi kuitenkaan jäsen, jos hän joutuisi itse maksamaan jäsenyytensä.

Yhdistyksen toimintaa pystyisi haastateltavan mielestä parantamaan ainakin yhdellä tavalla. Sähköpostiviestien vastaanottamista kansainväliseltä kattojärjestöltä voisi vähentää huomattavasti. H3 kertoo, että sähköpostia tulee nykyisellään todella paljon ja se on alkanut ärsyttämään häntä. Sähköpostin määrä ei anna haastateltavan mielestä laadukasta kuvaa MPI:n toiminnasta ja hän toivookin, että kansainvälisen sähköpostitilauksen pystyisi blokkaamaan ilman, että Suomen osaston sähköpostitilausta joutuisi lopettamaan. H3 ei ollut varma, oliko kyseinen toiminto mahdollinen.

6.3.4 Haastattelu 4

Neljäs haastattelu tehtiin puhelinhaastatteluna. Haastateltava 4 oli jäsenyydeltään palvelujen tarjoaja ja hänen työnantajansa maksoi jäsenyyden. Haastateltavan kotipaikkakunta oli Espoo, missä hänen työpaikkansa myös sijaitti. MPI Finlandin tilaisuuksiin on ollut tästä syystä helppo liikkua, sillä tilaisuuksia järjestetään pääosin pääkaupunkiseudulla.

Haastateltava oli osallistunut useaan MPI Finlandin järjestämään tilaisuuteen vuonna 2014. Hänen mukaan suurin osa tilaisuuksista oli järjestetty hyvin, mutta yksi tilaisuus erottautui negatiivisella tavalla joukosta. Tämä tilaisuus oli ”Rento Rullaus - oman ajan käytön kehittäminen”, jonka sisältö ja puhuja olivat huonoja H4:n mielestä. Hän arvostaa tilaisuuksissa erityisesti verkostoitumismahdollisuuksia ja se onkin yksi tärkeimmistä syistä, miksi haastateltava on osallistunut tilaisuuksiin.

Yleisesti ottaen H4 oli tyytyväinen yhdistyksen toimintaan. Toimintaa hän kuvaili ammattimaiseksi ja alaa kehittäväksi, joiden lisäksi se on auttanut häntä ammattimaisten suhteiden ylläpitämisessä ja luomisessa.

Haastattelussa tuli selkeästi ilmi se, että H4 on ollut tyytyväinen yhdistykseen kuulumisesta ja kokee saavansa lisäarvoa jäsenyydestä. Jäsenyyteen kuuluviin etuihin hän laskee tuttuja ja uusien tuttavuuksien tapaamisen tilaisuuksien yhteydessä, itsensä kouluttamisen, alan uusimpien trendien tietämisen ja uusiin paikkoihin tutustumisen. Haastateltava oli iloinen siitä, että hän tietää MPI Finlandin ansiosta hyvin mitä pääkaupunkiseudulla ja alalla tapahtuu. H4 oli tyytyväinen jäsenyyteensä ja aikoo jatkaa sitä. Hän suosittelee jäsenyyttä mielellään myös muille.

Vaikka haastateltava olikin oikein tyytyväinen jäsenyydestä saamaansa lisäarvoon, hänellä oli MPI Finlandin järjestämiin tilaisuuksiin liittyen useita parannusehdotuksia. Hänen mukaan tilaisuudet voisivat olla nykyistä tiiviimpiä ja joitakin tilaisuuksia voisi hyvin järjestää useamman kerran, jos ensimmäisellä kerralla ei tilaisuuteen pääse. Puhujiksi hän toivoi enemmän kansainvälisiä vieraita. Ruoka-aiheinen tilaisuus, jossa esiteltäisiin trendikäitä ja uusia ruokapaikkoja, olisi H4:n mieleen. Hän kutsuisi tällaiseen tilaisuuteen myös ruokapuolen palvelun tarjoajia paikalle. Lisäksi hän menisi mielellään muiden MPI Finlandin jäsenten kanssa tutustumaan erilaisiin ravintoloihin lounasaikoihin. H4 näkisi mielellään myös enemmän asiakkaita paikalla MPI:n tilaisuuksissa. Tilaisuuksiin ilmoittautumiseen hän toivoi lisää selkeyttä, kuten tapahtumapaikan osoitteen selkeää merkitsemistä, jotta osoitteesta ei ole epäselvyyttä. Näiden ehdotusten lisäksi, H4 ehdotti konkreettisempaa selostusta tilaisuuskohtaisesti siitä, että miksi hänen tulisi osallistua tilaisuuteen. Hän siis toivoi, että tilaisuuden arvo selitettäisiin paremmin hänen jäsenryhmälleen.

6.3.5 Haastattelu 5

Viimeinen haastattelu suoritettiin edellisen haastattelun tavoin puhelinhaastatteluna. Haastateltava 5 oli jäsenstatukseltaan palvelujen tarjoaja, jonka jäsenmaksut oli tähän mennessä maksanut hänen työnantajansa. H5 tulee Helsingistä, mutta ei ollut siitä huolimatta osallistunut kuin muutama MPI Finlandin järjestämään tilaisuuteen vuonna 2014. Haastateltava liittyi yhdistykseen kollegansa suosittelun ansiosta. H5 oli haastateltavista ainoa, joka oli vastannut MPI Finlandin tämän vuoden jäsenkyselyyn, mutta hän ei muistanut enää kovinkaan hyvin jäsenkyselyä. Tästä syystä palautteen kerääminen jäsenkyselystä olisi ollut vaikeaa, joten keskityimme haastattelussa muuhun palautteeseen.

H5 osallistui ainoastaan muutama MPI Finlandin järjestämään tilaisuuteen edellisen vuoden aikana ja tilaisuuksien laatu ei kokonaisuudessaan miellyttänyt häntä. Yksi suurimmista ongelmista tilaisuuksissa haastateltavan mukaan on se, että ne ovat suunnattu enemmän palvelujen ostajille kuin palvelujen tarjoajille. Tilaisuuksien käsittelemät aiheet vaikuttavat olevan suunnattuja tuolle toiselle jäsenryhmälle, jonka takia haastateltava ei kokenut saavan itse tilaisuuksista niin paljon hyötyä kuin olisi toivonut. Tilaisuuksien järjestäminen pääosin aamuisin oli myös haasteellista H5:lle.

Haastateltava olisi tyytyväinen yhdistyksen toimintaan, jos he ottaisivat hänen jäsenryhmänsä huomioon erityisesti tilaisuuksien suunnittelussa. Muuten yhdistyksen toiminta oli H5:n mielestä tyydyttävällä tasolla.

Haastattelun aikana ilmeni selvästi se, että haastateltava ei ollut täysin tyytyväinen jäsenyydestään saamaansa lisäarvoon. Hän kehui, että jotkin tapahtumat ovat olleet hyvin antoisia, mutta tämä on ollut tilaisuuskohtaista. Verkostoituminen on ollut helppoa ja hyödyllistä, joka onkin yksi suurimmista jäsenyyden tuomista eduista. H5 kuitenkin mainitsi, että hän on vastikään liittynyt toiseen hieman vastaavaan yhdistykseen ja onkin epävarmaa jatkaako hän MPI Finlandin jäsenyyttä. Jos haastateltava ei koe saavansa jatkossa enemmän vastinetta jäsenyydelleen, niin hän luultavasti lakkauttaa jäsenyytensä. Tästä huolimatta H5 on suositellut MPI Finlandin jäsenyyttä kollegoilleen.

Keskustellessamme sähköpostitse H5:n mahdollisesta osallistumisesta haastatteluun, kertoi hän osallistuvansa mielellään haastatteluun, sillä hän halusi tuoda esille muutamia kehitysehdotuksia MPI Finlandille. Suurin kehitys kohde oli jo edellä mainittu tekijä, että suurin osa tilaisuuksien sisällöstä olisi suunnattu palvelujen ostajille. Haastateltava toivoi asetelman muuttuvan jatkossa ja MPI Finlandin tarjoavan lisää arvokasta sisältöä palvelujen tarjoajille. Hänen mukaansa tilaisuuksia voisi olla myös useammin vuoden aikana ja ne voisivat olla entistä yksinkertaisempia, jolloin ne olisivat helpommin järjestettävissä. Tilaisuuksien järjestämisaikoja voisi vaihdella useammin ja iltatilaisuuksia voisi järjestää enemmän. Kaikkien tilaisuuksien esitysmateriaalit tulisi olla helposti ja kätevästi kaikkien jäsenten saatavilla. Siitä huolimatta, että MPI on kansainvälinen yhdistys, tiedotteita ja materiaalia jaetaan ajoittain pelkällä englannin kielellä. H5 olisi mielissään, jos materiaalit suomennettaisiin, joka helpottaisi asian sisäistämistä. Näiden kehitysehdotusten lisäksi haastateltava toivoi, että tilaisuuksista tiedottaminen olisi nopeampaa jatkossa.

7 Pohdintaa ja kehitysehdotukset

Opinnäytetyön viimeisessä osiossa tarkastellaan tuloksia, joiden pohjalta tehdään johtopäätökset sekä kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset. Lisäksi pohditaan tutkimuksen validiteettia ja reliabiliteettia, opinnäytetyön tekijän omaa oppimista sekä ammatillista kehittymistä opinnäytetyön myötä.

7.1 Tutkimustulosten tarkastelu

Tutkimustulosten kannalta oli hyvä ratkaisu käyttää menetelmätriangulaatiota, joka mahdollisti aineiston keräämisen usealla eri menetelmällä. Tiedonkeruumenetelmät täydensivät toisiaan ja niiden avulla oli mahdollista saada huomattavasti laajempi kokonaiskuva tutkittavasta ilmiöstä, eli siitä millaista lisäarvoa jäsenet kokivat saavansa MPI Finlandin jäsenyydestä. Kun tarkastellaan havainnoinnin, jäsenkyselyn ja jäsenhaastattelujen avulla kerättyä tietoa voidaan huomata, että tuloksissa on selkeitä yhtäläisyyksiä. Yhtäläiset tulokset vahvistavat toisiaan ja antavat niille lisää merkitystä.

Tutkimustuloksia voidaan tarkastella useasta eri näkökulmasta. Kerätyn aineiston pohjalta on luontevaa tarkastella tutkimustuloksia teemoittain. Tarkastellaan ensin MPI Finlandin tilaisuuksiin ja yhdistykseen liittyviä tuloksia, jonka jälkeen tarkastellaan muita tuloksia. Tutkimustulosten perusteella tehdään tutkimuksen johtopäätökset.

7.1.1 Tilaisuuksiin ja yhdistykseen liittyvien tulosten tarkastelu

Jäsenkyselyyn vastanneista on hyvä huomata se, että huomattava enemmistö heistä kuului palvelujen tarjoajiin ja ostajiin. Kysely edustaa erityisesti heidän mielipiteitään yhdistystä ja sen tilaisuuksia kohtaan. Jäsenyyksien ikäjakauma, eli se kuinka kauan vastaajat olivat olleet MPI Finlandin jäseniä, oli kohtuullisen tasainen. Tosin kuusi vuotta ja yli kuusi vuotta jäsenenä olleita kyselyn tekijöitä oli muita ryhmiä vähemmän.

Jäsenkyselyn perusteella jäsenet olivat hyvin tyytyväisiä tilaisuuksiin ja yhdistyksen toimintaan. Tämä tulee hyvin ilmi kuvioista 7 ja 13. Näiden tulosten lisäksi viidestä haastatteluvasta kolme oli selvästi tyytyväisiä tilaisuuksiin (Haastattelu 1; Haastattelu 3; Haastattelu 4).

Jäsenryhmistä palvelujen ostajat olivat merkittävästi tyytyväisempiä yhdistyksen toimintaan ja sen järjestämiin tilaisuuksiin kuin palvelujen tarjoajat. Kyseinen trendi voidaan nähdä jäsenhaastattelujen lisäksi jäsenkyselyn tuloksista (Kuvio 8, Kuvio 17 ja Taulukko

1). Palvelujen ostajat antoivat systemaattisesti korkeampia arvosanoja jäsenkyselyssä esitettyihin väitteisiin ja kysymyksiin kuin palvelujen tarjoajat. Yksi jäsenhaastatteluihin osallistuneista palvelujen tarjoajista otti kantaa tähän trendiin (Haastattelu 5). Hänen mielestään tilaisuuksien aiheet ja sisällöt ovat olleet suunnattu selkeästi enemmän palvelujen ostajille. Hän toivoi asetelman muuttuvan tulevaisuudessa, jotta jäsenyyden tuoma lisäarvo olisi suurempi.

Se, että kuinka kauan henkilöt olivat olleet yhdistyksen jäseninä, vaikutti hieman heidän tyytyväisyyteen tilaisuuksia kohtaan. 2-3 vuotta jäseninä olleet jäsenkyselyn tekijät olivat selvästi muita ryhmiä tyytymättömiä MPI Finlandin vuonna 2014 järjestämiin tilaisuuksiin (Liite 5). Kyseinen tilasto ei kuitenkaan vaikuttanut jäsenyyden suositteluun millään tavalla, sillä kyseinen ryhmä oli yhtä valmis suosittelemaan yhdistyksen jäsenyyttä muille kuin muutkin ryhmät (Liite 6). Kun tarkastellaan juuri mainittua jäsenyyden suosittelemista muille, voidaan todeta, että jäsenet tekevät sitä erittäin mielellään riippumatta jäsenyyden kestosta tai jäsenstatuksesta. Tämä on tärkeä mittari sillä haastatteluissa ja kyselyssä selvisi, että useat jäsenet ovat liittyneet MPI Finlandiin kollegan tai tutun suosituksen ansiosta.

Toimeksiantajan toiminta sijoittuu pitkälti pääkaupunkiseudulle, josta myös suurin osa jäsenistä on kotoisin. Koulutustilaisuudet järjestetään pääosin pääkaupunkiseudulla, josta aiheutuu vaikeuksia ulkopaikkakuntalaisille. Jäsenkyselyyn vastasi ainoastaan yksi jäsen, joka oli kotoisin jostain muualta kuin pääkaupunkiseudulta tai Uudeltamaalta (Kuvio 4). Hän antoi vuoden 2014 tilaisuuksille arvosanaksi 3 samalla kun kokonaiskeskiarvo oli 4,04. Toisaalta hän suosittelee yhdistyksen jäsenyyttä aivan varmasti, eli hän antoi kuvion 16 havainnollistamaan kysymykseen arvosanan 5. Yksi haastateltavista oli Jyväskylästä kotoisin ja hän ei ollut täysin tyytyväinen kokemaansa lisäarvoon jäsenyydestä. Hän toivoi, että tilaisuuksia olisi useammin, samoja tilaisuuksia järjestettäisiin mahdollisuuksien mukaan uudelleen ja tilaisuuksista tiedotettaisiin nykyistä ripeämmin. Tällä tavoin ulkopaikkakuntalaisetkin pääsisivät helpommin ja useammin MPI Finlandin järjestämiin tilaisuuksiin.

Tilaisuuksiin ihmisiä houkuttelivat selvästi eniten hyvät aiheet, verkostoitumismahdollisuudet ja uusien tietojen kartuttaminen. Kuviot 9 ja 12 tukevat tätä väitettä, sillä kyselyyn vastanneet arvioivat tilaisuuksien aiheet erittäin mielenkiintoisiksi. Myös verkostoituminen tilaisuuksien yhteydessä arvioitiin hyväksi. Haastatteluissa tuli moneen kertaan ilmi se, että aiemmin mainitut tekijät ovat suurimpia syitä siihen miksi jäsenet osallistuvat heille järjestettäviin tilaisuuksiin. Kuviossa 12 verkostoituminen ja uuden oppiminen äänestettiin selvästi tärkeimmiksi syiksi tilaisuuksiin osallistumiseen.

Tilaisuuksien ihanteelliseksi kestoksi enemmistö äänesti 3-4 tuntia, mutta myös alle kolmen tunnin kesto sai tuntuvaakaan kannatusta. Tilaisuuksien ei tulisi kestää yli neljää tuntia, sillä kyseinen vaihtoehto ei saanut lainkaan kannatusta jäsenten keskuudessa. (Kuvio 10). Tähän työhön havainnoitavien tilaisuuksien kesto asettui juuri tuohon 3-4 tunnin aikahaarukkaan, joka tuntui opinnäytetyön tekijästä sopivalta.

Yksi useimmin esiin tulleista asioista tutkimustuloksissa oli se, että MPI Finlandin tilaisuuksien järjestämisajankohtaa tulisi vaihdella aiempaa enemmän. Kyseinen asia toistui useaan otteeseen sekä teemahaastatteluissa että jäsenkyselyssä. Järjestämisajankohdan vaihtelua perusteltiin useaan otteeseen sillä, että olisi helpompaa päästä tilaisuuksiin kun niitä olisi tarjolla eri aikoihin. Kummatkin havainnoitavista tilaisuuksista järjestettiin aamulla kello 8,30 ja kestivät suurin piirtein kello 12:sta asti, joten niiden välillä vaihtelua ei ollut.

Opinnäytetyön tekijän havainnoissa ”Sponsorointi sisältömarkkinoinnin lähteenä” -tilaisuutta oli merkille pantavaa se, että esitysten aikana tai niiden jälkeen ei syntynyt huomattavaa keskustelua aiheesta. Tilaisuuden yleisö ei ollut aktiivisesti mukana ohjelmassa eikä se esittänyt kovinkaan montaa kysymystä puhujille. Ensimmäisen jäsenhaastattelun haastateltava puhui samasta asiasta ja hän toivoikin tilanteen muuttuvan tulevaisuudessa (Haastattelu 1). Täytyy kuitenkin todeta, että ”2017 urheilun supervuosi” -tilaisuudessa samaa ilmiötä ei tapahtunut, vaan yleisö oli erittäin aktiivisesti mukana ohjelmassa ja kyseli paljon kysymyksiä.

Tilaisuuksien havainnoinnista on syytä nostaa esille myös seuraavat esitystekniikkaan, verkostoitumiseen ja nimikyltteihin liittyvät huomiot. ”Sponsorointi sisältömarkkinoinnin lähteenä” -tilaisuudessa puhujien sähköisten esitysten näyttämiseen käytetyt televisiot olivat opinnäytetyön tekijän mielestä liian pienet. ”2017 urheilun supervuosi” -tilaisuudessa käytetty valkokangas, johon esitykset heijastettiin, oli selkeä ja selvästi televisioita suurempi, joten esitykset näkyivät takariviin paremmin. Tulevissa tilaisuuksissa kannattaakin suosia valkokankaita normaali kokoisten televisioiden sijasta. Lisäksi huomioon pantava asia oli se, että tilaisuuksien yhteydessä lounas toimi erittäin hyvin verkostoitumisen edistäjänä. Yhdessä haastattelussa haastateltava ehdotti, että MPI Finland voisi järjestää jäsenille myös pelkkiä lounashetkiä, joissa pystyisi keskustelemaan ja verkostoitumaan (Haastattelu 4).

Havainnoitavissa tilaisuuksissa vieraille annettiin nimikyltit, joissa luki henkilön nimi ja hänen edustamansa organisaatio (Kuva 3). Idea vaikutti opinnäytetyön tekijästä toimivalta,

mutta nimikyltti ei kertonut oliko vieras MPI Finlandin jäsen. Jäsenkyselyssäkin tuli ilmi, että verkostoituminen on usein sattuman varaista (Liite 4), joten kehittämällä nimikylttiä informatiivisempaan suuntaan voidaan verkostoitumisen sattumanvaraisuutta vähentää. Verkostoitumiseen kannustaminen on myös luultavasti kannattavaa ja vaikka näin tehtiin ensimmäisessä havainnoitavassa eli ”Sponsorointi sisältömarkkinoinnin lähteenä” -tilaisuudessa, toisessa tilaisuudessa sitä ei tehty.

Useammassa haastattelussa toivottiin tilaisuuksissa käytettävien luentomateriaalien jakamista kaikille jäsenille (Haastattelu 2; Haastattelu 5). Käytäntö ei ole ilmeisesti vakiintunut sillä opinnäytetyön tekijä sai sähköpostiin ”Sponsorointi sisältömarkkinoinnin lähteenä” -tilaisuuden luentomateriaalit, mutta ”2017 urheilun supervuosi” -tilaisuuden materiaaleja ei saapunut missään vaiheessa. Haastateltavat kokivat, että luennoissa käytetystä materiaalista olisi heille hyötyä, mutta materiaaliin käsiksi pääseminen on ollut ajoittain vaikeaa ja turhauttavaa.

7.1.2 Muiden tulosten tarkastelu

MPI:n tarjoamista palveluista European Meetings and Events Conference koettiin jäsenkyselyyn vastanneiden joukossa kohtuullisen tärkeäksi, kun taas Hosted buyer -ohjelma ei ollut heidän mielestään tärkeä palvelu. MPI:n nettisivuilta löytyvä kansainvälinen datatietopankki koettiin lähes yhtä tärkeäksi kuin European Meetings and Events Conference, mutta kaiken kaikkiaan jäsenet eivät kyselyn tulosten perusteella tunteneet palveluita kovinkaan hyvin. Yli 60 % kyselyyn vastanneista halusivat kyseisistä palveluista lisätietoa tulevaisuudessa (Kuvio 15), joten yhdistys voisi jatkossa tarjota kattavampaa tiedotusta näistä palveluista.

Jäsenkyselyn tekijöillä oli kyselyn lopussa mahdollisuus ilmaista kiinnostuksestaan tämän opinnäytetyön haastatteluihin, mutta yksikään heistä ei käyttänyt tätä mahdollisuutta. On mahdollista, että jäsenet kokivat antaneensa tarpeeksi palautetta kyselyn kautta, jolloin haastattelulle ei olisi enää tarvetta. Yksi haastateltavista oli kuitenkin jo vastannut jäsenkyselyyn ja hän osallistui mielellään myös haastatteluun, mutta haastattelun sopimista edelsi opinnäytetyön tekijän yhteydenotto. Vaikka kyseessä olevan osion sisällyttäminen olikin teoriassa hyvä idea, niin siitä ei seurannut yhteydenottoja opinnäytetyön tekijää kohtaan. Näin ollen on luultavaa, että vastaavanlaista osiota ei kannata sisällyttää tuleviin MPI Finlandin jäsenkyselyihin.

Yhteistyön kehittämistä erilaisten yhteistyötahojen, kuten alan kokous- ja tapahtuma-alan ammattilaislehden Eventon ja muiden yhdistysten kanssa toivottiin sekä kyselyssä että haastatteluissa. Kummankin tulosten mukaan tilaisuuksissa arvostettiin eniten verkostoitumista ja uusien asioiden oppimista. Jäsenet kokivat saavansa jäsenyyden ansiosta alan tuntemusta ja he pysyvät hyvin ajan tasalla uusimmista trendeistä. Kyselyn ja haastattelujen perusteella jäsenyydelle lisäarvoa eniten tuottivat verkostoituminen, uusien asioiden oppiminen ja alan trendien tietäminen sekä tapahtumapaikkoihin tutustuminen. Haastattelut olivat yleisesti tyytyväisiä MPI Finlandin toimintaan, vaikka parannusehdotuksia tuli-kin paljon.

7.2 Toimenpide-ehdotukset

Tutkimuksen tulosten laadukkuuden ja aineiston määrän ansiosta oli mahdollista muodostaa useita toimenpide-ehdotuksia toimeksiantajalle. Toteuttamalla kyseessä olevat ehdotukset opinnäytetyön tekijä uskoo, että MPI Finland Chapterin toiminta kehittyisi entistä laadukkaammaksi.

Yhdistyksen tilaisuuksien järjestämisaikojen vaihtelua toivottiin useaan kertaan tutkimukseen osallistuneiden jäsenten keskuudessa. Näin ollen olisi hyvä järjestää tilaisuuksia vaihtelevasti aamulla ja päivällä. Tässä tapauksessa kannattaa myös kerätä aktiivisesti palautetta jäseniltä aikataulujen onnistumisesta.

Tulosten perusteella palvelujen tarjoajat eivät olleet yhtä tyytyväisiä jäsenyyden tuomiin etuihin ja sen lisäarvoon kuin palvelujen ostajat. Olisikin tärkeää, että tyytymätön jäsenryhmä otettaisiin paremmin huomioon jatkossa, sillä yhdistystoiminnasta tulisi jokaisen jäsenryhmän saada selvää lisäarvoa. Tilaisuuksien aiheita suunniteltaessa MPI Finlandin tulisi keksiä useammin aiheita, jotka kiinnostaisivat palvelujen tarjoajia. Lisäksi useat kyseisen jäsenryhmän edustajat halusivat tilaisuuksia eri vuorokaudenaikoihin, joten yllä olevan toimenpide-ehdotuksen toteutuksella olisi luultavasti positiivinen vaikutus heidän tyytyväisyyteen yhdistystä kohtaan.

Esitysmateriaali olisi järkevää jakaa systemaattisesti jokaisesta tilaisuudesta kaikkien jäsenten sähköposteihin. Jakamisen aikataulu voi vaihdella tilaisuuskohtaisesti, mutta on hyvä pitää jäsenet ajan tasalla siitä, milloin materiaalit tulevat heidän sähköposteihin. Sähköpostijakamisen lisäksi materiaalit voisi ladata MPI Finland Chapterin internetsivuille, jonka kautta jokainen jäsen pystyisi pääsemään materiaaliin käsiksi. Esitysmateriaalit voisi helposti suojata salasanalla, joka jaettaisiin ainoastaan jäsenille. Useat tutkimukseen osal-

listuneet jäsenet ovat toivoneet itselleen kyseessä olevia materiaaleja, joten tämä toimintatapa tekisi siitä helppoa ja järjestelmällistä.

Edelliseen ehdotukseen liittyen tutkimuksessa tuli myös ilmi se, että ne jäsenet, jotka eivät ole Uudeltamaalta tai pääkaupunkiseudulta, eivät kokeneet saavansa yhtä paljon lisäarvoa jäsenyydelleen kuin muut jäsenet. Vaikka MPI Finlandin toiminta keskittyy pääkaupunkiseudulle, sen ulkopuoliset jäsenet ovat yhtäläillä arvokkaita voimavaroja yhdistykselle. Yksi keino tämän jäsenryhmän huomioon ottamiseksi olisi edellinen toimenpideehdotus, jossa esitysmateriaalit jaettaisiin jäsenille suunnitelmallisesti. Näin tilaisuuteen ei tarvitsisi osallistua tietääkseen tilaisuudessa käsitellyistä asioista. Videomateriaalin kerääminen tilaisuuksista olisi myös hyödyllistä, sillä sen avulla pystyy näkemään ja kuulemaan koko esityksen sisällön. Tämä käytäntö oli ”Sponsorointi sisältömarkkinoinnin lähteenä” -tilaisuuden yhteydessä käytössä, mutta ”2017 urheilun supervuosi” -tilaisuudessa se ei ollut käytössä. Ne jäsenet, jotka eivät pääse tilaisuuteen mukaan, olisivat myös mahdollista ottaa mukaan tilaisuuksien ohjelmaan erilaisten pikaviestinsovellusten, kuten Microsoft Lync:n avulla (Windows 2015). Sen avulla jäsenet pystyisivät osallistumaan kokouksiin ja tilaisuuksiin olematta kuitenkaan itse paikan päällä, jolloin he pystyisivät näkemään esitykset ja esittämään kysymyksiä. Tämän kaltainen järjestely toimisi hyvin niille jäsenille, jotka eivät pääse osallistumaan MPI Finlandin järjestämiin tilaisuuksiin esimerkiksi tapahtumapaikkojen etäisyyksien takia.

Sähköpostimarkkinoinnissa jäsenen tulisi pystyä valitsemaan sähköpostitiedotteiden joukosta ne, jotka häntä oikeasti kiinnostavat. Yksi tutkimuksen haastateltavista oli erittäin harmissaan MPI:n kansainvälisen kattojärjestön lähettämään sähköpostin määrään. Hän toivoikin, että kansainvälisen sähköpostinmainonnan voisi estää ilman, että estää samalla MPI:n kotimaisia tiedotteita.

Jotta tilaisuuksien osallistumismäärää voitaisiin lisätä, kannattaa niiden markkinointiin kiinnittää huomiota. Jäsenille tulisi tiedottaa jämäkästi ja selkeästi tilaisuuskohtaisesti, millaista sisältöä he saavat tulevasta tilaisuudesta. Toisin sanoen jäsenelle, tulisi kertoa miksi juuri hänen kannattaa osallistua tulevaan tilaisuuteen. Tilaisuuden anti ja siitä seuraava lisäarvo kannattaa näin perustella jäsenryhmittäin. Lisäarvon esille tuominen saattaisi hyvinkin kasvattaa osallistumismäärää.

Verkostoitumista ja jäsenten erottautumista voisi kehittää tilaisuuksissa käytettävien nimikylttien muokkaamisella. Niistä olisi hyvä selvittää onko vieras MPI Finlandin jäsen. Lisäksi oleellista tietoa olisi se, että mihin jäsenryhmään hän kuuluu. Jäsenryhmät voisivat olla

värikoodattuja; esimerkiksi palvelujen tarjoajat voisivat olla vihreitä ja palvelujen ostajat sinisiä. Värikoodin tulisi erottautua nimikyltistä selkeästi, jotta se palvelisi tarkoitusta. Värikoodin lisäksi jäsenryhmä voisi lukea nimikyltissä. Tällä tavoin verkostoituminen ei olisi täysin sattumanvaraista.

Tilaisuuksista tiedottaminen jäsenille voisi olla nykyistä nopeampaa, mikäli se on mahdollista yhdistyksen nykyisillä resursseilla. Osa tutkimukseen osallistuneista jäsenistä kaipasi ripeämpää tiedotusta, jotta he ehtisivät varaamaan vaaditun ajan tilaisuuteen osallistumiseksi. Lisäksi englanniksi tehdyt tiedotukset olisi hyvä kääntää suomenkielelle, koska yhdistys kansainvälisistä juuristaan huolimatta toimii Suomessa.

Tiettyjä tilaisuuksia voisi kokeilun vuoksi järjestää tietyn ajan välein uudelleen. Tätä oli muutama jäsen ehdottanut, koska he kokivat, että tilaisuuden uudelleen järjestämisessä olisi lisäarvoa niille, jotka eivät ensimmäiseen tilaisuuteen päässeet osallistumaan. MPI Finlandin kannattaakin suunnitella yksi tilaisuus siten, että se olisi helppo järjestää uudelleen. Jonkin aikaa ensimmäisen tilaisuuden jälkeen jäsenille tulisi lähettää tiedustelu kuinka moni heistä haluaisi osallistua kyseiseen tilaisuuteen. Jos tuleva osallistujamäärä ylittää yhdistyksen hallituksen asettaman minimimäärän, niin tilaisuus on kannattavaa järjestää uudelleen.

7.3 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen reliabiliteetti kuuluu usein määrälliseen tutkimukseen. Tällä tarkoitetaan tutkimusmenetelmän luotettavuutta eli tutkimusmenetelmän kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia (Virtuaali Ammattikorkeakoulu a 2006). Reliabiliteetti mittaa sitä, että onko tutkimustulokset toistettavissa. Jokainen tutkimus sisältää virhemahdollisuuden, joten virheetöntä tutkimusta on mahdotonta suorittaa. Onkin kyse siitä kuinka iso virhemarginaali on. (Edward G. Carmines, Richard A. Zeller, 11.)

Laadullisesta tutkimuksesta puhuttaessa validiteetti saa usein enemmän arvoa kuin reliabiliteetti. Validiteetissa on kyse siitä kuinka pätevä tutkimus on, onko se perusteellisesti tehty ja ovatko tulokset ja niiden pohjalta tehdyt päätelmät niin sanotusti oikeita. (Kvali-MOTV e 2006). Toisen tulkinnan mukaan validiteetilla tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä selvittää sille asetettu tavoite (Virtuaali Ammattikorkeakoulu b 2006).

Jäsenkyselystä laadittiin monta eri versiota ennen kuin se lähetettiin jäsenille. Kyselyyn antoi parannusehdotuksia opinnäytetyöohjaaja, jonka lisäksi kyselyn toimivuutta testattiin

MPI Finlandin hallituksen sisällä. Kysymysten muodostamisessa pohdittiin tarkasti tutkimukselle asetettuja tavoitteita, jotta tutkimustulokset olisivat mahdollisimman arvokkaita. Oli myös tärkeää ottaa huomioon se, että kysely ei saisi olla liian pitkä. Tällöin vastausten määrä ja laatu olisi kärsinyt. Kyselyssä käytetty kieliasu oli yksinkertaista ja selkeää, jotta kysymykset ja väittämät olisivat helposti ymmärrettävissä.

Jäsenkyselyyn vastasi eniten palvelun tarjoajia ja ostajia, joita todellisuudessa on myös eniten MPI Finlandin jäseninä. Jäsenryhmät olivat hyvin edustettuina ja samoin eri paikkakunnilta tulevat jäsenet. Jäsenkyselyn vastausmäärä oli 29, jota voidaan pitää kohtuullisen kokoisena. Vastausprosentiksi saatiin 34,5 %, jota voidaan myös pitää kohtuullisena. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta suurempi vastausprosentti olisi ollut kuitenkin parempi. Vastaukset kuvastivat koko yhdistyksen jäsenkantaa riittävän tarkasti, jotta tutkimustulosten perusteella pystyttiin tekemään päteviä johtopäätöksiä ja toimenpideehdotuksia. Tosin opiskelijoiden ja oppilaitosten edustajien tuloksiin tulee suhtautua varauksella vastausmäärän koon takia.

Havainnointi ja haastattelut toimivat hyvin jäsenkyselyä tukevinä tiedonkeruumenetelminä. Opinnäytetyöohjaaja kommentoi havainnoinnin suunnitelmaa ja antoi sille hyväksynnän. Havainnoinnin tuli olla ei-osallistuvaa, jossa tutkija on pelkästään havainnoijan roolissa. Tässä onnistuttiin hyvin ja tilaisuuksien ohjelmaan ja jäsen käyttäytymiseen ei puututtu. Tosin tutkija keskusteli joidenkin vieraiden kanssa tilaisuuksien aikana, joten täydellisen ei-osallistuvaa havainnointia ei saavutettu.

Teemahaastattelujen avulla pyrittiin saamaan vastauksia ennalta asetettuihin teemoihin. Myös tässä tavoitteessa onnistuttiin hyvin, sillä haastatteluista kerätyt vastaukset osuivat hyvin kyseessä oleviin teemoihin. Haastateltavia ei rajoitettu turhaan, vaan heidän annettiin esittää oman mielipiteensä heiltä kysyttäviin kysymyksiin. Toimeksiantaja antoi opinnäytetyön tekijälle listan jäsenistä joihin voi olla yhteydessä haastattelun vuoksi. Listalla oli yhdistyksen entisiä ja nykyisiä jäseniä, joista haastatteluihin valikoitui eri jäsenryhmiä edustavat henkilöt. Haastatteluissa oli mukana yksi pääkaupunkiseudun ja Uudenmaan ulkopuolella asuva jäsen, yksi entinen jäsen sekä palvelun tarjoajia että palvelun ostajia edustava jäsen. Näin saatiin kattava näkemys haastattelujen teemoihin. Vaikka tutkija pyrki olemaan neutraali ja tallentamaan haastateltavien omat ajatukset mahdollisimman luotettavasti, niin on mahdollista, että näin osa vastauksista ei kuvannut täysin haastateltavien aitoja mielipiteitä. Lisäksi tulosten esittelyvaiheessa on mahdollista, että tutkija on tulkinnut ja tiivistänyt asioita sillä tavalla, että ne eivät vastaa täysin alkuperäistä asiaa.

On hyvä todeta, että eri tiedonkeruumenetelmien kautta kerättyjen tietojen tulokset olivat yhteneväisiä ja johdonmukaisia, jonka vuoksi niitä pystyi vertailemaan keskenään. Tämä antaa myös lisää luotettavuutta tutkimukselle, sillä tulokset ovat olleet jokseenkin toistettavissa eri menetelmiä käyttäen. Tutkimustuloksia analysoitiin Microsoft Excel -ohjelmalla ja SurveyPal -kyselytyökalulla. Tiedon analyysivaiheessa tehtävät virheet ovat aina mahdollisia, vaikka tietoja analysoidisiin erityisen huolellisesti.

7.4 Jatkotutkimusehdotukset

Toimeksiantajan toiminnan kehitykseen liittyviä jatkotutkimusehdotuksia syntyi opinnäytetyöprosessin aikana muutamia. Erityisen tärkeää toimeksiantajan kannalta olisi selvittää entistä tarkemmin eri jäsenryhmien toivomuksia ja haluja koskien MPI Finlandin toiminnan ja palvelujen kehittämistä. Tätä voisi tutkia kvalitatiivisella tutkimuksella, jossa jäseniä haastateltaisiin syvällisesti ja jossa haastatteluita tehtäisiin huomattava määrä.

Toinen toimeksiantajan kannalta hyödyllinen tutkimus olisi sellainen, jossa selvitettäisiin tarkemmin yhdistysten ja toimeksiantajan keinoja uusasiakashankintaan. MPI Finlandin tavoitteena on ollut lisätä jäsenten määrää, joten kyseessä olisi tämän tavoitteen saavuttamiseksi oleellinen tutkimus.

Kolmantena vaihtoehtona olisi tutkia uusia mahdollisuuksia yhteistyölle muiden yhdistysten ja yhteistyötahojen kanssa. Tällä tavoin palvelujen tarjontaa voisi mahdollisesti laajentaa ja kehittää.

7.5 Oman oppimisen arviointi

Koko opinnäytetyöprosessi on ollut iso oppimisprosessi. Tapahtuma- ja kokousala ei ollut minulle tuttu aiemmin, joten oli erittäin mielenkiintoista tutustua siihen syvällisesti tämän työn merkeissä. Lisäksi en ole aiemmin ollut mukana yhdistystoiminnassa, joten siinäkin oli kyseessä vieras, mutta hyvin kiinnostava aihealue. Nyt tiedän millaiset toimintaperiaatteet yhdistyksissä on ja miten niiden toimintaa on mahdollista kehittää. Tästä syystä olen hyvin avoin ajatukselle, että voisin itsekin olla jonkin yhdistyksen toiminnassa mukana tulevaisuudessa.

Erilaisten tiedonkeruumenetelmien käyttö kehitti tutkimustaitojani tulevaisuutta ajatellen. Havainnointia en ollut aiemmin käyttänyt tutkimuksissa ja nyt minulla on tarvittavat perustiedot ja -taidot kyseisen menetelmän käyttöön jatkossa. Toivon ja uskon, että pääsen käyttämään opinnäytetyön mukana kertyneitä tietoja ja taitoja tulevaisuuden työtehtävissä.

Lähteet

Bruhn, M. 2003 Relationship Marketing. Pearson Education. New York.

Cambridge Dictionary Online 2015. Added value. Luettavissa:
<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/added-value>. Luettu 15.5.2015.

Carmines, E. & Zeller, A. 1979. Reliability and Validity Assessment. Sage Publications. California.

Congress Network Finland ry 2015. Tietoa yhdistyksestä. Luettavissa: <http://www.cnf-ry.fi/index.php>. Luettu 26.4.2015.

Denzin, N. & Lincoln, Y. 2011. The SAGE Handbook of Qualitative Research. Sage Publications. California.

Dwyer, R. & Tanner, J. 2001. Business Marketing. Toinen painos. McGraw-Hill. New York.

European Meetings and Events Conference 2015. What is EMEC. Luettavissa:
<https://www.mpiweb.org/Events/EMEC-2015/information/what-is-emec>. Luettu 26.4.2015.

Findikaattori 2015. Työllisyysaste. Luettavissa: <http://www.findikaattori.fi/fi/41>. Luettu 16.5.2015.

Finlex 2015. Yhdistyslaki. Luettavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1989/19890503>. Luettu 2.4.2015.

Ford, D., Gadde, L., Håkansson, H. & Snehota, I. 2003. Managing Business Relationships. John Wiley & Sons. New Jersey.

Gillham, B. 2000. Research Interview. Continuum. New York.

Jyväskylän yliopisto a 2015. Määrällinen tutkimus. Luettavissa:
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>. Luettu 1.5.2015.

Jyväskylän yliopisto b 2015. Havainnointi eli observointi. Luettavissa:
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineistonhankintametelmahavainnointi-eli-observointi-osallistuminen-ja-kenttaetyoe>. Luettu 2.5.2015.

Jyväskylän yliopisto c 2015. Kyselyiden analysointi. Luettavissa:
https://www.jyu.fi/itp/korppi-ohjeet/manual/kyselyt/kysely_analysointi. Luettu 2.5.2015.

Kansan Sivistystyön Liitto KSL ry 2008. Yhdistystoiminnan avaimet. Luettavissa:
<http://www.ksl.fi/images/yhdistystoiminnan%20avaimet.pdf>. Luettu 1.5.2015.

KvaliMOTV a 2006. Mitä laadullinen tutkimus on: lyhyt oppimäärä. Kvalitatiivinen 1. Laadullinen tutkimus. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L1_2.html.
Luettu 10.4.2015

KvaliMOTV b 2006. Havainnointi. Luettavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_4.html. Luettu 10.4.2015.

KvaliMOTV c 2006. Haastattelu. Luettavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html. Luettu 10.4.2015.

KvaliMOTV d 2006. Analyysin äärellä. Luettavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_1.html. Luettu 10.4.2015.

KvaliMOTV e 2006. Validiteetti. Luettavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_1.html. Luettu 16.5.2015.

Lappeenrannan teknillinen yliopisto 2015. Arvoverkostojen johtaminen. Luettavissa:
<http://www.lut.fi/tuotantotalouden-tiedekunta/arvoverkostojen-johtaminen>. Luettu 1.4.2015.

Laukkanen, A. 23.4.2015. President Elect, VP Communications. MPI Finland Chapter. Haastattelu. Helsinki.

Lodico, M. Spaulding, D. & Voegtle, H. 2010 Methods in Educational Research: From Theory to Practice. Jossey-Bass. San Fransisco.

Meeting Professionals International a 2015. About MPI. Luettavissa:
<http://www.mpiweb.org/About>. Luettu 30.3.2015.

Meeting Professionals International b 2015. Hosted Buyer Program. Luettavissa:
<http://www.mpiweb.org/Events/HostedBuyer/>. Luettu 26.4.2015.

Meeting Professionals International c 2015. Policies and Manuals. Luettavissa:
http://www.mpiweb.org/docs/default-source/policies-and-manuals/POLICY_MANUAL_June_2013.pdf?sfvrsn=2. Luettu 1.5.2015.

Meeting Professionals International Finland Chapter a 2015. Kotisivu. Luettavissa:
<http://www.mpifinland.org/home>. Luettu 30.3.2015.

Meeting Professionals International Finland Chapter b 2015. Yhdistys. Luettavissa:
<http://www.mpifinland.org/yhteis/yhdisty>. Luettu 30.3.2015.

Metodix 1998. Survey eli kyselytutkimus. Luettavissa:
http://www.metodix.com/fi/sisallys/01_menetelmat/01_tutkimusprosessi/02_tutkimisen_taito_ja_tiedon_hankinta/09_tutkimusmenetelmat/21_survey_eli_kyselytutkimus. Luettu 2.5.2015.

Misner, I., Alexander, D. & Hilliard, B. 2009. Networking Like a Pro. Entrepreneur Press. California.

OK-Opintokeskus 2009. Palvelutoiminnan pelisäännöt järjestötyössä. Luettavissa: http://www.ok-opintokeskus.fi/sites/default/files/Palvelutoiminnan_pelisaannot_jarjestotyossa.pdf. Luettu 30.3.2015.

Otavan opisto 2015. Suomi – yhdistystoiminnan luvattu maa. Luettavissa:
http://opinnot.internetix.fi/fi/muikku2materiaalit/lukio/hi/hi3/3_saatyvallasta_kansanvaltaan/04_yhdistystoiminnan_maa. Luettu 2.4.2015.

Patentti- ja rekisterihallitus 2010. Yhdistysrekisteri. Rekisteröinnillä yhdistys saa oikeuskelpoisuuden. Luettavissa:
http://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri/rekisteroity_ja_rekisteroimaton_yhdistys/rekisteroity_ja_rekisteroimaton_yhdistys.html. Luettu 30.3.2015.

Patentti- ja rekisterihallitus 2014. Yhdistysrekisteri. Rekisteröity ja rekisteröimätön yhdistys. Luettavissa:
http://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri/rekisteroity_ja_rekisteroimaton_yhdistys.html. Luettu 1.4.2015.

Patentti- ja rekisterihallitus a 2015. Yhdistysrekisteri. Luettavissa:
<http://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri.html>. Luettu 30.3.2015.

Patentti- ja rekisterihallitus b 2015. Yhdistysrekisteri. Yhdistyksen perustaminen. Luettavissa: http://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri/yhdistys_perustaminen.html. Luettu 30.3.2015.

Rachlin, R. 1997. Return on Investment Manual: Tools and Applications for Managing Financial Results. M. E. Sharpe. New York.

Reichheld, F. 2001. The Loyalty Effect. Harvard Business School Press. Boston.

Savon koulutuskuntayhtymä 1994. Asiakassuhteen elinkaaren vaiheet. Luettavissa:
<http://www.aedu.sakky.fi/opinnet/markkinointi/1vaiheet.htm>. Luettu 2.4.2015.

Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry a 2015. Jäsenyys. Edut. Luettavissa:
<http://www.sponsorointijatapahtumamarkkinointi.fi/jasenyys/edut/>. Luettu 26.4.2015.

Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry b 2015. Jäsenyys. Jäsenmaksut. Luettavissa:
<http://www.sponsorointijatapahtumamarkkinointi.fi/jasenyys/jasenmaksut/>. Luettu 26.4.2015.

Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry c 2015. Yhdistys. Jäsenet. Luettavissa:
<http://www.sponsorointijatapahtumamarkkinointi.fi/yhdistys/jasenet/>. Luettu 26.4.2015.

Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry d 2015. Yhdistys. Yhdistys. Luettavissa:
<http://www.sponsorointijatapahtumamarkkinointi.fi/yhdistys/yhdistys/>. Luettu 26.4.2015.

Suomen Liikematkayhdistys ry FBTA a 2015. FBTA. Luettavissa:
<http://www.fbta.net/fi/FBTA/>. Luettu 26.4.2015.

Suomen Liikematkayhdistys ry FBTA b 2015. FBTA:n toiminta ja jäsenpalvelut. Luettavissa:
<http://www.fbta.net/fi/FBTA/Toiminta%20ja%20j%C3%A4senpalvelut/>. Luettu 26.4.2015.

Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry 2005. Verkostoitumisen syyt ja hyödyt. Luettavissa:
<http://www.tieke.fi/pages/viewpage.action?pageId=3441416>. Luettu 30.3.2015.

Tilastokeskus 2006. Sosiaalinen pääoma Suomessa: kotimaista ja kansainvälistä taustaa. Luettavissa:
http://tilastokeskus.fi/tup/julkaisut/tiedostot/isbn_952-467-532-3_luku1.html. Luettu 20.4.2015.

Tilastokeskus 2013. Tiedonkeruumenetelmän valinta. Luettavissa:
http://www.stat.fi/tup/htpalvelut/haastutk_toiminta_tiedonkeruu.html. Luettu 25.4.2015.

Tilastokeskus 2015. Aatteellinen yhdistys. Luettavissa:
http://www.stat.fi/meta/kas/aatteellinen_yh.html. Luettu 2.4.2015

Tulevaisuus 2030 2013. Arvoverkostojen strateginen johtaminen, Daniela Grudinschi. Luettavissa:
<http://www.2030.fi/external/arvoverkostojen-strateginen-johtaminen-daniela-grudinschi>. Luettu 25.4.2015.

Yvistä energiaa 2015. Inhimillinen pääoma. Luettavissa: <http://www.yvi.fi/sanakirja/235-inhimillinen-paaoma-human-capital>. Luettu 20.4.2015.

Verkostojohtamisen opas 2015. Erilaisia näkökulmia verkostoihin. Luettavissa: http://verkostojohtaminen.fi/?page_id=62. Luettu 20.4.2015.

Virtuaali Ammattikorkeakoulu a 2006. Tutkimuksen reliabiliteetti. Luettavissa: <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413792643/1194415307356.html>. Luettu 16.5.2015.

Virtuaali Ammattikorkeakoulu b 2006. Tutkimuksen validiteetti. Luettavissa: <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413809750/1194415367669.html>. Luettu 16.5.2015.


Willis, J. 2008. Qualitative Research Methods in Education and Educational Technology. Information Age Publishing. Pohjois-Carolina.

Windows 2015. Lync. Luettavissa: <http://apps.microsoft.com/windows/fi-fi/app/lync/ba4b9485-8712-41ff-a9ea-6243a3e07682>. Luettu 15.5.2015.

Liitteet

Liite 1. MPI Finland Chapterin vuoden 2015 jäsenkysely

Sivu 1/5



FINLAND CHAPTER
MEETING PROFESSIONALS INTERNATIONAL

Jäsenkysely 2015

Arvoisa MPI Finland Chapter'in jäsen!

MPI Finland pyrkii jatkuvasti kehittämään toimintaansa ja tuottamaan entistä enemmän lisäarvoa jäsenilleen. Esittämällä arvokkaan mielipiteesi vaikutat yhdistyksen toimintaan. Vastaaminen kestää n. 10 minuuttia ja jättämällä yhteystietosi osallistut 100 euron ravintolalahjakortin arvontaan. Kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti ja luottamuksellisesti.

*-merkityt kysymykset ovat pakollisia.

Kiitos osallistumisestasi!

Taustatiedot

Jäsenyys *

- Palvelujen tarjoaja
- Palvelujen ostaja
- Opiskelija
- Alan oppilaitosten edustaja
- Meeting Management Professional

Kuinka monta vuotta olet ollut jäsenenä? *

- 0-1
- 2-3
- 4-5
- 6-10
- Yli 10

Miksi liityit jäseneksi?

Kuka maksaa jäsenyytesi? *

- Maksan itse
- Työnantajani maksaa
- Joku muu, kuka

Miltä paikkakunnalta tulet? *

- Pääkaupunkiseudulta
- Uudeltamaalta
- Jokin muu, mikä

Osallistuitko MPI Finland Chapter'in järjestämiin tilaisuuksiin vuonna 2014? *

- Kyllä
- En

Seuraava

0%

Sivu 2/5



FINLAND CHAPTER

MEETING PROFESSIONALS INTERNATIONAL

Vuoden 2014 tilaisuudet

Mihin MPI Finland Chapter'in tilaisuuksiin osallistuit vuonna 2014?

- Trends in the Meeting Industry (20.1)
- Evento Awards – Behind the scenes (11.2)
- Doing More with Less: Intelligent Small-Budget Marketing (8.4)
- Tapahtumatekniikan haasteet ja mahdollisuudet (15.5)
- MPI Get Together (9.6)
- Rento Rullaus – oman ajankäytön kehittäminen (18.8)
- Reimagining the future meeting place – a workshop on the move (21.10)
- Finland & International Events (11.11)

Minkä kokonaisarvosanan antaisit vuoden 2014 tilaisuuksille, joihin osallistuit?
(1=erittäin huono, 5=erittäin hyvä)

1 2 3 4 5

Mihin olet erityisen tyytyväinen MPI Finland Chapter'in järjestämissä tilaisuuksissa?

Mitä kehittäisit MPI Finland Chapter'in järjestämissä tilaisuuksissa?

Yhdistyksen järjestämät tilaisuudet...

	Täysin eri mieltä		Täysin samaa mieltä			En osaa sanoa
	1	2	3	4	5	
sisältävät mielenkiintoisia aiheita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kehittävät minua ammatillisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ovat järjestetty laadukkaasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ovat hyviä verkostoitumiseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ovat tuoneet uusia asiakas- ja/tai toimittajasuhteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Edellinen

Seuraava

25%



Toiveita tuleviin tilaisuuksiin

Mikä on mielestäsi sopiva kesto tilaisuudelle keskimäärin?

- Alle 3 tuntia
- 3-4 tuntia
- Yli 4 tuntia

Mikä on mielestäsi paras vuorokaudenaika tilaisuudelle?

- Aamu / Aamupäivä (kello 8-11)
- Iltapäivä (kello 12-18)
- Ilta (kello 19-22)
- Jokin muu, mikä

Mikä on tärkein syy, jonka takia osallistut tilaisuuksiin?

- Uuden oppiminen
- Verkostoituminen
- Kokemusten jakaminen kollegoiden kesken
- Asiakas- tai toimittajasuhteiden luominen ja ylläpitäminen
- Jokin muu, mikä

Ehdota aiheita, järjestämispaikkoja ja/tai puhujia tuleviin tilaisuuksiin

Edellinen

Seuraava



Tyytyväisyys yhdistyksen toimintaan

Yhdistyksen toiminta on...

	Täysin eri mieltä		Täysin samaa mieltä			En osaa sanoa
	1	2	3	4	5	
ammattimaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
laadukasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
liiketoimintaani tukevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
alaa kehittävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tarjonnut uramahdollisuuksia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
auttanut minua luomaan ja ylläpitämään asiakas- ja toimittajasuhteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
auttanut minua kehittymään ammattilaisena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuinka tärkeinä pidät seuraavia MPI'n tarjoamia palveluita?

	Ei yhtään tärkeä			Erittäin tärkeä		En osaa sanoa
	1	2	3	4	5	
European Meetings and Events Conference EMEC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MPI'n nettisivuilta löytyvä kansainvälinen datatietopankki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hosted buyer -ohjelma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Haluatko jatkossa lisätietoja yllä mainituista palveluista?

- Kyllä
- En

Mitä lisäarvoa jäsenyys tuo sinulle?

Kuinka todennäköisesti suosittelisit MPI Finland Chapter'in jäsenyyttä muille?
(1=en varmasti suosittelisi, 5=varmasti suosittelisin)



Kenelle suosittelisit jäsenyyttä? (nimi, yritys)

Miksi et suosittelisi jäsenyyttä muille?

Onko sinulla kiinnostusta MPI Finland Chapter'in hallituksen toimintaan tai hallitusta tukevan työryhmän toimintaan?

Kehitysehdotuksia / terveisiä MPI Finland Chapter'ille

Sivu 5/6

Jätä yhteystietosi tähän, jos haluat osallistua 100 euron ravintolalahjakortin arvontaan. (Nimi, osoite, sähköposti, puhelinnumero)

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelija Sami Manner on parhaillaan tekemässä opinnäytetyötään MPI Finland Chapter'in tuomasta lisäarvosta jäsenilleen. Tutkimukseen tarvitaan muutamia haastatteluita jäseniltä ja haastattelut voidaan tehdä Skype -palvelun kautta. Jos haluat osallistua haastatteluihin, jätä yhteystietosi alla olevaan vastauskenttään tai ota suoraan yhteyttä opiskelijaan: sami.manner@myy.haaga-helia.fi.

Edellinen

Lähetä vastaukset

66%

Sivu 6/6

Kiitos vastauksestasi. Tulemme järjestämään 16.4.2015 koulutustilaisuuden yhteydessä Open Space -työskentelyn, jonka tarkoituksena on kehittää ja edistää yhdistyksemme toimintaa jäsentemme mielipiteiden, ajatusten ja kehitysehdotusten perusteella. Varaathan päivän jo kalenteriisi; tiedotamme työpajasta lisää huhtikuun koulutustilaisuuden viestinnän yhteydessä. Kysely on nyt päättynyt, voit sulkea sivun.

Powered by SurveyPal

Sivu 2/6 (korvaa aiemman sivun 2, jos jäsen ei osallistunut vuoden 2014 MPI Finlandin järjestämiin tilaisuuksiin)



FINLAND CHAPTER

MEETING PROFESSIONALS INTERNATIONAL

Vuoden 2014 tilaisuudet

Mitä voimme jatkossa tehdä toisin, jotta osallistut tulevaisuudessa tilaisuuksiimme?

Edellinen

Seuraava

43%

Liite 2. Jäsenkyselyn saateviesti



MPI FINLAND CHAPTER'N JÄSENKYSELY kevät 2015

Arvoisa MPI Finland Chapter'n jäsen,

MPI Finland selvittää jäsentensä tyytyväisyyttä yhdistyksen toimintaan vuosittaisella jäsenkyselyllä ja sitä kautta pyrkii kehittämään toimintaansa. Vastaamalla kyselyyn voit vaikuttaa yhdistyksen toimintaan. Vastaminen kestää noin 10 minuuttia ja jättämällä yhteystietosi osallistut 100 euron ravintolalahjakortin arvontaan.

Tutkimuksen tarkoituksena on löytää keinot, joilla voimme tuottaa mahdollisimman paljon lisäarvoa jäsenillemme. Kyselyyn vastaaminen tulee siis hyödyttämään sinua jäsenenä.

[Vastaa kyselyyn tästä](#)

(klikkaa linkkiä)

Kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti ja luottamuksellisesti.

Voit vastata kyselyyn 29.3.2015 asti.

Jos sinulla herää kysymyksiä jäsenkyselyyn liittyen, voit lähettää viestiä osoitteeseen sami.manner@myy.haaga-helia.fi.

Ystävällisin terveisin,
[MPI Finland Chapter'n hallitus](#)

Meeting Professionals International MPI on maailman suurin kokous- ja tapahtuma-alan puolueeton ja voittoa tavoittelematon yhteistyöjärjestö. Järjestön tavoitteena on luoda menestymahdollisuuksia maailmanlaajuisesti noin 18 500 jäsenelleen tarjoamalla alan innovatiivista tietoa ja oppimiskokemuksia, yhdistämällä ihmisiä ja ideoita sekä luomalla bisnesmahdollisuuksia. Suomessa jäseniä on vajaa 100.



FINLAND CHAPTER

MEETING PROFESSIONALS INTERNATIONAL

Liite 3. Muistutusviesti



Muistutus: MPI FINLAND CHAPTER'N JÄSENKYSELY kevät 2015

Arvoisa MPI Finland Chapter'n jäsen,

MPI Finland selvittää jäsentensä tyytyväisyyttä yhdistyksen toimintaan vuosittaisella jäsenkyselyllä ja sitä kautta pyrkii kehittämään toimintaansa. Vastaamalla kyselyyn voit vaikuttaa yhdistyksen toimintaan. Vastaaminen kestää noin 10 minuuttia ja jättämällä yhteystietosi osallistut 100 euron ravintolalahjakortin arvontaan.

Tutkimuksen tarkoituksena on löytää keinot, joilla voimme tuottaa mahdollisimman paljon lisäarvoa jäsenillemme. Kyselyyn vastaaminen tulee siis hyödyttämään sinua jäsenenä.

Jos olet jo vastannut kyselyyn, voit jättää tämän viestin huomioimatta.

[Vastaa kyselyyn tästä](#)

(klikkaa linkkiä)

Kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti ja luottamuksellisesti.

Voit vastata kyselyyn 29.3.2015 asti.

Jos sinulla herää kysymyksiä jäsenkyselyyn liittyen, voit lähettää viestiä osoitteeseen sami.manner@myy.haaga-helia.fi.

Ystävällisin terveisin,
[MPI Finland Chapter'n hallitus](#)

Meeting Professionals International MPI on maailman suurin kokous- ja tapahtuma-alan puolueeton ja voittoa tavoittelematon yhteistyöjärjestö. Järjestön tavoitteena on luoda menestysmahdollisuuksia maailmanlaajuisesti noin 18 500 jäsenelleen tarjoamalla alan innovatiivista tietoa ja oppimiskokemuksia, yhdistämällä ihmisiä ja ideoita sekä luomalla bisnesmahdollisuuksia. Suomessa jäseniä on vajaa 100.



FINLAND CHAPTER

M E E T I N G P R O F E S S I O N A L S I N T E R N A T I O N A L

Liite 4. Jäsenkyselyn avoimet vastaukset

Miksi liityit jäseneksi?

- Ystäväni suositteli ja MPI kuulosti kiinnostavalta. MPI toimii myös hyvänä verkostoitumisen apuna.
- Halusin verkostoitua alan ammattilaisten kanssa
- Verkostoitumisen vuoksi
- Verkostoituminen
- Yrityksemme yhteyshenkilö MPI:n osalta vaihtui.
- Kollegani suositteli minulle jäsenyyttä ja pääsin mukaan tuolloin opiskelijan jäsenhinnalla.
- Verkostoitumistarkoituksella ja hyvien luentojen takia.
- saan työhöni liittyvää koulutusta + verkostoituminen
- Verkottuminen, alan seuraaminen, alan kehittäminen, koulutuksen kehittäminen yhdessä elinkeinon kanssa.
- Kuulin organisaatiosta tutultani ja päätin kokeilla. En ole katunut.
- Kollegan suosituksesta, käytyäni hänen kutsustaan yhdessä jäsentilaisuudessa tutustumassa toimintaan.
- Verkostoituminen alalla, koulutusmahdollisuudet
- Suositeltiin. Koin myös kiinnostavaksi ja hyödylliseksi järjestöksi.
- Kuulin koulukavereiltani hyvää. Sekä Annamaija lobbasi kovasti :)
- työtoverin suosituksesta
- Ammattitaidon ylläpito ja kehittäminen.
- Verkostoituminen, kouluttautuminen
- Olin ensin palveluntarjoajan puolella töissä mutta vaihdoin työpaikkaa. Halusin säilyttää ja kasvattaa verkostoani.
- Opiskelijana verkostoitumisen ja alasta oppimisen vuoksi.
- Tulin työpaikkani edustajan äitiysloman sijaiseksi.
- Verkostoitumisen, yrityksen tunnettavuuden paranemisen ja hyödyllisten tapahtumien vuoksi.
- Tahdon vaikuttaa alaamme

Miltä paikkakunnalta tulet?

- Päijät-Häme

Mitä voimme jatkossa tehdä toisin, jotta osallistut tulevaisuudessa tilaisuuksiimme?

- Osallisuusmattomuus johtui aikatauluongelmista, ei aiheiden kiinnostamattomuudesta.

Mikä on mielestäsi paras vuorokaudenaika tilaisuudelle?

- Sekä aamutilaisuudet että iltatilaisuudet ovat molemmat hyviä
- Väliillä klo 15-19; aamulla ja päivällä on vaikea olla poissa työstä
- Aamu klo 8 on liian aikainen, klo 9.00 on hyvä aloitusaika
- Vaihdellen aamu- ja iltapäivää, silloin on helpointa päästä.

Ehdota aiheita, järjestämispaikkoja ja/tai puhujia tuleviin tilaisuuksiin

- -
- Kaikki uudet kokouspaikat ja hotellit kiinnostavat aina.
- Voiko palvelu olla kaikille tasavertaista - kompastummeko omiin sääntöihin?
- Stefan Moritz, Service design
- En ole miettinyt, eikä tältä istumalta tule heti mitään mieleen, mutta olen ollut tyytyväinen aiheisiin tähänkin saakka.
- Get together -tilaisuuksiin voisi miettiä vanhaa purjelaivaa esim. fregatti, johon sisältyisi ohjelmaakin.
- Business-to-business tapahtumat, vuorovaikutteiset asiakastapahtumat
- Uudellen ehdotuksena ajanhallinta, edellinen koulutus ei ollut kauhean tasokas.
- Hyvät tavat ja etiketti.
- Somekoulutus, sekä yksittäisen henkilön näkökulmasta kuin yrityksen.
- Paikkoja voisi olla esim. Gardenia, uusi Indigo hotelli, Tampereen Torni hotelli.
- Rob Davidsonia olisi mukava jälleen kuulla. Ilmiö Slushista olisi hienoa saada ns. sisäpiirin tietoa.
- Näyttelijä ja Artsense oy:n toimitusjohtaja Niina Nurminen voisi ehkä tulla vetämään työpajan, josta tapahtumantekijät saisivat virikkeitä omiin tapahtumiinsa.
- http://www.artsense.fi/niina_nurminen.php
- Jonkinlainen hybrid meetings asia voisi olla ihan hyvä. Ja jälkiseurannasta onkin nyt tulossa tapahtumaa.

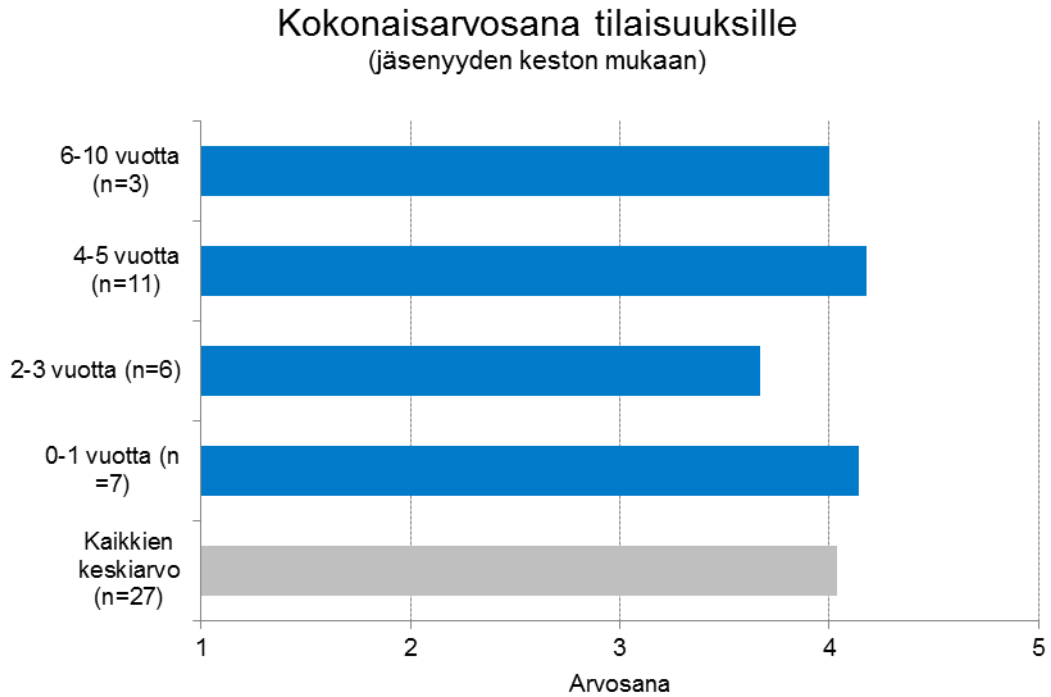
Mitä lisäarvoa jäsenyys tuo sinulle?

- Pysyn ajantasalla tapahtuma-alan kuulumisista ja pääsen tapaamaan mielenkiintoisia ihmisiä
- Avoimuus / erilaisten näkökantojen ylläpitoa sekä kollegoiden palautteiden kuunte-
lua.
- Hetki irti normaalista työarjesta! Verkottautua, pysyä ajan hengessä
- Pysyn kärryillä mitä alalla tapahtuu ja mistä puhutaan. Saan myös opiskelijoille
harjoittelupaikkoja ja elinkeino antaa paljon input'ia alan kolulutuksen kehittämi-
seen.
- Kaupalliset mahdollisuudet, toimittajasuhteiden syventäminen ja tätä kautta kau-
pankäynnin vaivattomuus, uuden oppiminen (tämä kohdallani kuitenkin vähäisem-
pää), uusiin ihmisiin tutustuminen, kansainvälinen ulkottuvuus ja kontaktit.
- Verkostoituminen, erilaisiin kokous- ja tapahtumapaikkoihin tutustuminen, alan
seuraaminen yleisesti
- Tietoa, jota voin hyödyntää työssäni
- Jäsenyys on tuonut minulle paljon ymmärrystä alasta ja ussia kontakteja sen sisäl-
lä. Jäsenyys ei ole mikään itsestäänselvyys kun se tällä hetkellä itse maksan. Tä-
tä syystä toivonkin, että jatkossa antia olisi enemmän ja se olisi rautaisempaa.
- verkoston
- Henkilökohtainen kouluttautuminen, omien verkostojen ylläpito ja kehittäminen

Kehitysehdotuksia / terveisiä MPI Finland Chapter'ille

- Good job!
- Lisää jäseniä ja profiilin nostoa suomen tasolla
- Olen ollut tyytyväinen toimintaan.
- Toiminta paranee vuosi vuodelta :)
- Yhdistyksellämme on sama ongelma kuin monella muullakin. Vanhat jäsenet tulisi
sitouttaa hyvin mukaan, koska he ovat myös markkinointi keino :) Toisaalta uusien
hankintaan pitäisi panostaa, täyttää päätä. Eventon kanssa olisi hyvä tehdä vieläkin
läheisempää yhteistyötä, koska heillä on lukijoita paaljon enemmän kuin meillä jä-
seniä. Myös jokaisessa tapahtumassa alalla pitäisi näkyä aktiivisesti, vaikka toki se
maksaa niin rahaa kun henkilöresursseja.

Liite 5. Tilaisuuksien onnistuminen taustatekijöiden mukaan

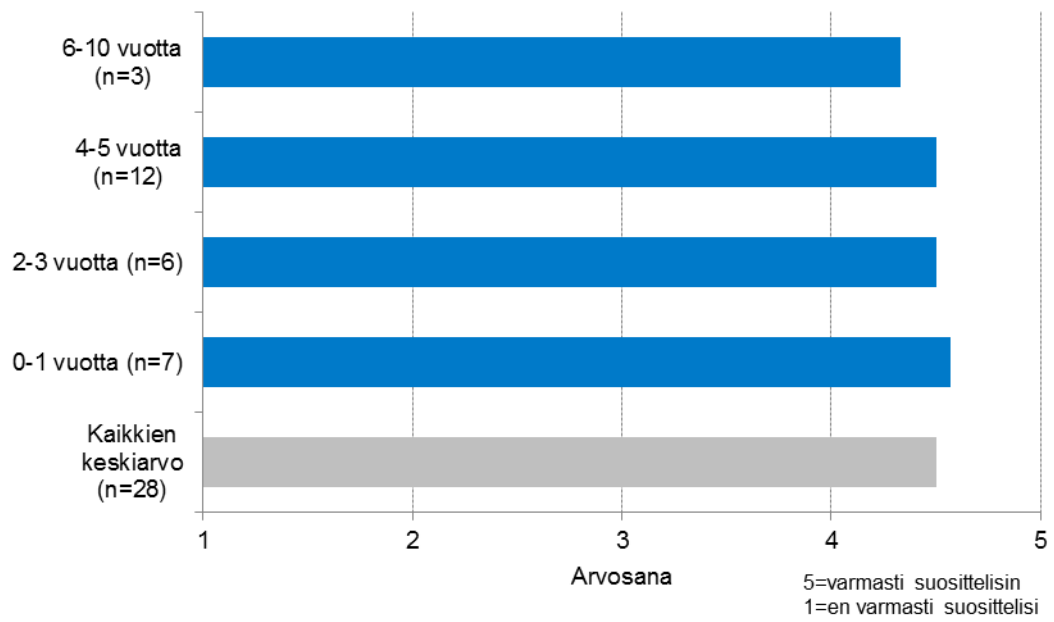


Yhdistyksen järjestämät tilaisuudet ...

Väittäjä:	Tarjoajat (n=16)	Ostajat (n=7)	Kaikkien ka (n=27)
- sisältävät mielenkiintoisia aiheita	4,38	4,43	4,3
- kehittävät minua ammatillisesti	3,73	4,14	3,81
- ovat järjestetty laadukkaasti	4,27	4,57	4,19
- ovat hyviä verkostoitumiseen	4,25	4,43	4,19
- ovat tuoneet uusia asiakas ja/tai toimittajasuhteita	3,6	4,17	3,8
Arvosana (5=täysin samaa mieltä, 1=täysin eri mieltä)			

Liite 6. Jäsenyyden suosittelu jäsenyyden keston mukaan

Jäsenyyden suosittelu muille (jäsenyyden keston mukaan)



Liite 7. Valokuvia havainnoitavista tilaisuuksista



