

**KATSOJIEN KOKEMA PALVELUN LAATU JA
ASIAKASTYYTYVÄISYYS VUODEN 1999 PESÄPALLON ITÄ-
LÄNSI-OTTELUSSA JA YLEISURHEILUN KALEVAN KISOISSA**

Jyväskylän yliopisto
Liikunnan sosiaalitieteiden laitos
Liikuntasosiologian
Pro gradu –tutkielma
Minna Pätsi
Kevät 2001

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Liikunnan sosiaalitieteiden laitos/liikunta- ja terveystieteiden tiedekunta

PÄTSI, MINNA: Katsojien kokema palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys
Vuoden 1999 pesäpallon Itä-länsi-ottelussa ja yleisurheilun
Kalevan Kisoissa.

Pro gradu –tutkielma, 75 s., 8 liites.

Liikuntasosiologia

2001

Tutkimuksessa selvitettiin katsojien kokemaa palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä vuoden 1999 Itä-länsi-ottelussa ja Kalevan Kisoissa. Tutkimustehtäviä oli kolme. Ensiksikin pyrittiin laatimaan mahdollisimman kattava kyselylomake, jonka kehittäminen koko tiedonkeruumenetelmän kehittämisen ohella nähtiin tutkimuksen metodologisena tavoitteena. Toiseksi selvitettiin kyseisten tapahtumien palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä katsojanäkökulmasta. Kolmantena tutkimustehtävänä oli katsojien mielestä ihanteellisen urheilutapahtuman ominaisuuksien selvittäminen. Tutkimuksen käsitteenmäärittelyssä todettiin, että asiakastyytyväisyys on yläkäsite, johon palvelun laatu liittyy tekijänä, johon tapahtuman järjestäjä voi vaikuttaa. Aihetta haluttiin tutkia, koska vastaavanlaisia tutkimuksia ei ainakaan Suomessa ole juurikaan raportoitu ja koska palvelun laadun todettiin olevan merkittävä tekijä kilpailuedun saavuttamisessa.

Tutkimus suoritettiin molemmissa tapahtumissa katsojakyselynä, jonka toteuttamistapa oli erilainen. Kysymykset olivat soveltuvilta osiltaan samanlaiset, mutta jakelu ja palautus suoritettiin eri tavoin. Itä-länsi-ottelussa kyselyt jaettiin portilla käytännössä kaikille, jotka sen suostuivat ottamaan, mikä valikoi vastaajia ja vaikutti näin tulosten tulkintaan. Palautus tapahtui joko portilla olleeseen palautuslaatikkoon tai postitse palautuskuorella. Kalevan Kisoissa kyselyt jaettiin lauantaina penkkirivien päiden ensimmäisille ja sunnuntaina toisille katsojille kaikissa katsomoissa. Kyselyn jakajat huolehtivat oman käytävänsä kyselyiden jakamisesta ja keräämisestä ja olivat tarvittaessa myös valmiita avustamaan lomakkeen täyttämässä. Lisäksi kysely oli mahdollista palauttaa Itä-länsi-ottelun tavoin postitse palautuskuoressa. Kysely jaettiin Itä-länsi-ottelussa tuhannelle katsojalle ja Kalevan Kisoissa 950 katsojalle.

Kalevan Kisoissa käytetty kyselyn toteutustapa osoittautui toimivammaksi. Vastausprosentti oli Itä-länsi-ottelussa 36 ja Kalevan Kisoissa 73. Lukemat vaikuttivat merkittävästi tutkimusten väliseen luotettavuuseroon. Itä-länsi-ottelun kyselyyn oli vastattu hieman Kalevan Kisoja perusteellisemmin, mikä toisaalta saattoi kertoa juuri vastaajajoukon valikoitumisesta. Molemmat tapahtumat koettiin pääosin onnistuneiksi. Urheilua pidettiin kummassakin tapauksessa tapahtuman tärkeimpänä osana. Kuitenkin myös oheispalveluiden osuus tuli selvästi esiin. Asioihin kiinnitettiin huomiota lähinnä silloin, kun ne olivat huonosti tai puuttuivat. Silti vastaajat antoivat myös positiivista palautetta. Useista vastauksista tuli myös ilmi, ettei urheilutapahtumalta välttämättä osata vaatia kovinkaan paljon. Urheilijoiden käyttäytymisen merkitys tuli myös selkeästi esiin.

Asiasanat: arviointi, asiakastyytyväisyys, laatu, palvelu, tapahtuma

SISÄLTÖ

JOHDANTO	5
1 URHEILUTAPAHTUMA PALVELUTUOTTEENA	7
1.1 Mitä on palvelu?	7
1.2 Urheilutapahtuman erityispiirteitä	9
2 PALVELUN LAATU JA ASIAKASTYYTYVÄISYYS	12
2.1 Laatonäkökulmia	12
2.2 Mitä on palvelun laatu?	14
2.3 Asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun suhde	16
3 PALVELUN LAADUN JA ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN TUTKIMINEN	18
4 LAADUN JOHTAMINEN –KOHTI PAREMPAA PALVELUA	22
4.1 Kokonaisvaltainen laadunhallinta	22
4.2 Asiakkaan kohtaaminen	23
4.3 Sisäinen markkinointi	24
5 TUTKIMUSTEHTÄVÄT JA AIHEEN RAJAAMINEN	27
6 KYSELYTUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN JA AINEISTON ANALYSOINTI	28
6.1 Tutkimuksen toteuttaminen yleisesti	29
6.2 Tutkimuksen suorittaminen Itä-länsi-ottelussa	29
6.3 Tutkimuksen toteuttaminen Kalevan Kisoissa	30
7 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUDESTA	31

8 TULOKSET, ITÄ-LÄNSI-OTTELU	34
8.1 Tapahtumapaikalle saapuminen ja sieltä poistuminen	35
8.2 Tyytyväisyys tapahtumatyöntekijöihin	37
8.3 Hyvän urheilutapahtuman ominaisuuksia	40
8.4 Tyytyväisyys tapahtuman eri osa-alueisiin ja alueiden vaikutus kokonaisarvioon	44
8.5 Jonottaminen tapahtumapaikalla	48
8.6 Kokonaiskuva tapahtumasta	48
8.7 Vastaajien parannusehdotuksia järjestäjille	49
9 TULOKSET, KALEVAN KISAT	52
9.1 Tapahtumapaikalle saapuminen ja sieltä poistuminen	53
9.2 Tyytyväisyys tapahtumatyöntekijöihin	55
9.3 Hyvän urheilutapahtuman ominaisuuksia	57
9.4 Tyytyväisyys tapahtuman eri osa-alueisiin ja alueiden vaikutus kokonaisarvioon	61
9.5 Jonottaminen tapahtumapaikalla	65
9.6 Kokonaiskuva tapahtumasta	65
9.7 Vastaajien parannusehdotuksia järjestäjille	66
10 POHDINTA	68
LÄHTEET	73
LIITTEET	

JOHDANTO

Palvelun laatuun ja asiakastyytyväisyyteen on alettu kiinnittää yhä enemmän huomiota. Tiukentuvassa kilpailussa menestyminen edellyttää kilpailuedun hankkimista, ja palvelun laatu on yksi keino kilpailijoista erottumiseen. Yleistä palvelun laatu tutkimusta on maailmalla tehty jo vuosikymmeniä, muun muassa Parasuraman, Zeithaml ja Berry ovat alan kansainvälisiä uranuurtajia. Suomessa palvelun laatua on tutkinut erityisesti Christian Grönroos. Liikunnan alalla palvelun laatuun on alettu kiinnittää huomiota vasta viime aikoina. Liikuntapalveluiden laatu kysymyksiin on perehtynyt muun muassa Charles Pigeassou. Urheilutapahtuman palvelun laadusta ei tutkimuksia juurikaan löydy. Kuitenkin laatu tutkimuksella saatavan informaation kiinnostavuuden ja merkityksen vuoksi voisi luulla urheilutapahtumienkin palvelun laatua ainakin jollain tasolla selvitetyn. Voi olla, että tutkimuksia, tai paremminkin selvityksiä, on tehty, mutta ne ovat tulleet vain järjestäjien omaan käyttöön eikä niitä ole julkaistu.

Itkonen ja Kortelainen (1999) ovat tutkineet kiteeläistä pesäpalloilua. Erikoisseura Kiteen Palloa perustettaessa oivallettiin verkostoitumisen merkitys. Havaittiin, että seuran on luotava yhteistyötä ainakin kunnan, sponsoreiden, lähiseudun pesäpalloseurojen ja yleisön kanssa. Yleisön kanssa verkostoitumisen perustana Itkonen ja Kortelainen pitävät urheilua seuraavan asiakkaan urheilutapahtumasta rahoilleen ja käyttämälleen ajalle saamaansa viihteellistä ja kulttuurista vastiketta. Urheilutuotteen tarjoajan on koko ajan otettava huomioon yleisön kiinnostuksen säilyminen. (Itkonen & Kortelainen 1999, 81.)

Eräänlaisena urheilutapahtuman asiakastyytyväisyyden tutkimuksen pioneerityönä Suomessa voidaan pitää Pasi Kosken ja Henri Latosen 1999 tekemää tutkimusta Jalkapallo yleisölajina. Siinä selvitettiin Veikkausliigan otteluiden viihdyttävyyttä ja eri tekijöiden vaikutusta viihtyvyyteen. Vaikka tutkimus ei ollutkaan palvelun laatu- tai varsinaisesti asiakastyytyväisyystutkimustakaan, on sen lähtökohdilla ja tuloksilla ollut paljonkin yhtymäkohtia tämän tutkimuksen kanssa nimenomaan siltä osin, mitä suomalainen yleisö pitää urheilutapahtumassa tärkeänä.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää vuoden 1999 Itä-länsi -ottelun ja Kalevan kisojen palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä. Tässä tutkimuksessa palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys nähdään hyvin läheisinä käsitteinä, vaikka eräät tutkijat (ks. esimerkiksi Parasuraman, Zeithaml & Berry 1988) näkevätkin näiden kahden käsitteen välillä suuria eroja. Tässä yhteydessä asiakastyytyväisyyttä pidetään yläkäsitteenä, jonka yksi osa palvelun laatu on. Palvelun laatu on se asiakastyytyväisyyden osa, johon palvelun tuottaja voi vaikuttaa. Sen sijaan asiakkaan kokonaisarvioon, asiakastyytyväisyyteen, vaikuttavat myös muun muassa ottelu / kilpailu itsessään ja sää, joihin järjestäjä ei pysty vaikuttamaan. Hyvä palvelun laatu on tässä tutkimuksessa yhtä kuin asiakkaan hyväksi kokema palvelu. Muun muassa Christian Grönroos (1990) puhuu koetusta kokonaislaadusta, joka tässä tutkimuksessa ymmärretään asiakastyytyväisyyden kanssa samaa tarkoittavaksi käsitteeksi. Lisäksi pyrittiin selvittämään katsojien mielestä ihanteellisen urheilutapahtuman ominaisuuksia. Urheilutapahtuman palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä mittaavan lomakkeen laatiminen ja kehittäminen, kuten myös koko tiedonkeruutavan kehittäminen, nähtiin myös tutkimustehtävinä.

1 URHEILUTAPAHTUMA PALVELUTUOTTEENA

Urheilun seuraaminen tapahtumapaikoilla on varsin yleinen harrastus. Kimmo Suomen (2000) tutkimukseen osallistuneista hieman yli neljännes ilmoitti harrastavansa penkkiurheilua kilpailupaikoilla. Miehistä lähes 40% kertoi penkkiurheilun kuuluvan harrastuksiinsa, kun naisten vastaava osuus jäi hieman alle viidennekseen. Penkkiurheilun harrastaminen paikan päällä ei ollut merkittävästi sidoksissa vastaajan tulotasoon. Sosio-ekonominen asema sen sijaan erotteli vastaajia varsin selvästi. Innokkaimpia penkkiurheilijoita olivat opiskelijat, joista lähes puolet ilmoitti harrastavansa penkkiurheilua tapahtumapaikoilla. Vähiten penkkiurheilu kiinnosti eläkeläisiä ja kotiäitejä. (Suomi 2000, 66-67.)

1.1 Mitä on palvelu?

Kilpailun kiristyessä etsitään uusia keinoja kilpailuedun saavuttamiseksi. Tuotteisiin liittyvät palvelut on havaittu hyväksi erottumistavaksi silloin, kun varsinaisen tuotteen erilaistaminen tai hinnalla kilpaileminen eivät enää riitä. (Grönroos 1990, 21-22.) Toisaalta on myös yhä enemmän tuotteita, joiden ydintuote on nimenomaan palvelu. Liikunta- ja urheilupalvelut tavoittelevat omaa osuuttaan muiden vapaa-ajan palveluiden kanssa asiakkaiden ajasta ja rahasta. Itkonen ja Kortelainen (1999) näkevät huippu-urheilun kilpailutapahtuman erittäin merkittävänä koko kyseiselle lajille. Huippu-urheilutuote, media ja markkinat muodostavat kolmiyhteyden, jossa kaikki tekijät ovat elintärkeitä. Sen vuoksi laji-ihmisten on jatkuvasti pohdittava, miten lajin yleisöystävällisyyttä voidaan kehittää ja miten sponsorit saadaan kiinnostumaan tapahtumasta. (Itkonen & Kortelainen 1999, 34.)

Palvelun käsitettä on määritelty lukuisilla eri tavoilla. Grönroos (1990) yhdistää omassa näkemyksessään useita muiden palvelututkijoiden aiemmin esittämiä määritelmiä (Lehtinen, Kotler, Bloom, Gummesson). Grönroosin mukaan palvelu on ”ainakin jossain määrin aineeton teko tai tekojen sarja, joka tapahtuu yleensä joskaan ei

välttämättä asiakkaan, palveluhenkilökunnan ja/tai palvelun tarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa ja joka tarjoaa ratkaisun asiakkaan ongelmiin.” (Grönroos 1990, 47-49.) Urheilutapahtuma voitaisiin siten Grönroosin määritelmää mukaillen määritellä seuraavasti: urheilutapahtuma on asiakkaan ja palvelun tarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa tapahtuva osin aineettomien tekojen sarja, joka tyydyttää asiakkaan tarpeita.

Kotler ja Andreasen (1996) ovat myös esittäneet oman palvelun määritelmänsä. Sen mukaan palvelu on mikä tahansa aineeton toiminta tai etu, jonka yksi osapuoli voi tarjota toiselle ja joka ei johda omistussuhteiden muuttumiseen. Sen tuotanto voi liittyä tai olla liittymättä fyysiseen tuotteeseen. (Kotler & Andreasen 1996, 376.)

Palveluista voidaan yleensä löytää neljä peruspiirrettä: aineettomuus, asiakkaan osallistuminen tuotantoprosessiin, palveluiden samanaikainen tuottaminen ja kuluttaminen sekä palveluiden luonne tekoina tai tekojen sarjoina, ei asioina (Grönroos 1990, 50). Aineettomuuden elementti on urheilutapahtumassa ilmeinen. Vaikka tapahtuma sinänsä onkin konkreettinen, ei siitä jää katsojalle muuta konkreettista kuin pääsylippu. Katsoja ostaa itselleen mahdollisuuden kokemukseen, joka parhaassa tapauksessa muodostuu elämykseksi. Erityisesti suurissa urheilutapahtumissa osataan hyödyntää asiakkaan tarve saada mukaansa myös jotain konkreettista, jolloin puhutaan tapahtuman oheistuotteista. Esimerkiksi tapahtuman ravintolapalveluita käyttäessään katsoja kuitenkin ostaa aineellisen hyödykkeen ja palvelu tulee ohessa. Urheilutapahtuman osalta asiakkaan osallistuminen tuotantoprosessiin on selvää, ovathan katsojat keskeinen osa tapahtumaa. Osallistumatta katsoja ei käytä kyseistä palvelua. Muutenkin asiakkaiden (katsojien) merkitys tapahtumalle on suuri, sillä tapahtuman luonne muuttuu täysin sen mukaan, paljonko ihmisiä on paikalla. Myös palvelun tuottaminen ja kuluttaminen tapahtuvat samanaikaisesti. Urheilutapahtuma täyttää hyvin myös palvelun piirteen tekoina tai tekojen sarjoina. Koko tapahtuman ytimenähän on kilpailu tai ottelu, joka koostuu tietystä urheilusuoritusten sarjasta.

Urheilutapahtuma voidaan ymmärtää palveluksi palveluiden joukossa ja sitä voi verrata vaikkapa kaupassa tai konsertissa käyntiin. Elementit ovat ainakin pääkäsitteiden tasolla samat. Asiakas tulee eri motiiveista hakemaan tiettyä palvelua. (Niin kaupassa kuin konsertissa tai urheilutapahtumassakin käymiseen voi liittyä useita eri motiiveja.)

Asiakas kiinnittää kaikissa tapauksissa huomiota pysäköintiin, henkilökuntaan, muihin asiakkaisiin, itse tuotteeseen, toimintojen sujuvuuteen, siisteyteen ja niin edelleen.

1.2 Urheilutapahtuman erityispiirteitä

Urheilutuote on henkilökohtainen ja elämyksellinen. Sen kuluttaminen vetoaa tunneperäisiin tekijöihin. Urheilutuotteet ovat myös yllätyksellisiä. Vaikka osatekijät olisivat miten samanlaisia, eivät esimerkiksi kaksi eri jalkapallo-ottelua varmastikaan ole samanlaisia. Urheilutapahtumassa melkein kaikki on mahdollista: maailman paras seiväshyppääjä voi joskus jäädä ilman tulosta tai tuomari joutuu keskeyttämään pelin huligaanien vuoksi. Yllätyksellisyys vaikeuttaa urheilun markkinointia, mutta samalla se on myös urheilutuotteen valtti. Urheilutuote on korostuneen sosiaalinen, sillä urheilua harrastetaan yleensä yhdessä muiden kanssa. (Alaja 2000, 28.)

Urheilutapahtumalla on myös tapahtumaluonteisuudestaan johtuen erityispiirteitä muihin palveluihin verrattuna. Urheilu ei ehkä ole niinkään suuri erottelija. Toisin sanoen urheilutapahtuman ja konsertin väliset erot ovat pienemmät kuin urheilutapahtuman ja ostoskeskuksessa käynnin väliset erot. Sen vuoksi urheilutapahtumalla on enemmän yhtymäkohtia vaikka juuri konsertin kanssa kuin esimerkiksi urheiluvälineitä myyvän yrityksen kanssa. Onkin varottava rinnastamasta kaikkia liikunta- ja urheilupalveluita keskenään, vaikka liikunnan ja urheilun alueelta löytyy myös yhteisiä, muista alueista poikkeavia piirteitä. Liikunta- ja urheilupalveluiden heterogeenisyydestä johtuen liikuntapalveluista tehty tutkimus ei ole automaattisesti sovellettavissa kaikkeen muuhun sinänsä samalla alueella tehtävään tutkimukseen. Niinpä urheilutapahtuman palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä tutkittaessa huomattavasti enemmän yhteistä löytyisi muista tapahtumista tehdystä tutkimuksesta kuin liikunta- ja urheilupalveluiden tutkimuksesta.

Urheilutapahtuman suurin erityispiirre palveluiden alalla johtuu siis sen projektiluonteisuudesta. Vaikka esimerkiksi tietyssä palloilusarjassa ottelut järjestetään vakiintuneen kaavan ja ehkä tiukkojenkin ohjeiden mukaan, on järjestelyissä silti aina

eroja. Projektiluonteisuus ilmenee siinä, että palvelun tarjoaminen ei ole jatkuvaa, vaan sitä tarjotaan vain tietyin väliajoin tai kenties vain yhden kerran. Esimerkiksi palloilusarjan otteluita järjestetään kauden aikana vaikkapa kolmena päivänä viikossa, ja sarjatauon aikana virallisia otteluita ei sillä tasolla ole lainkaan. Toisaalta jonkin lajin maan mestaruuskilpailut järjestetään vain kerran vuodessa ja olympiakisat neljän vuoden välein. Asiakkaat eivät voi valita mitä tahansa itselleen mieluisinta ajankohtaa, vaan tapahtumaan on mentävä silloin, kun se järjestetään. Kaiken kaikkiaan urheilutapahtumaa tutkittaessa on yleisten palveluteorioiden lisäksi otettava huomioon myös tapahtuman järjestämisen erityispiirteet.

Yleensä tapahtuma houkuttelee osallistujia tai yleisöä tai herättää median mielenkiinnon. Se voi olla kansainvälinen, kansallinen, alueellinen tai paikallinen. Tapahtuma voidaan järjestää useista eri syistä ja sen sisältö vaihtelee kaiken vapaa-ajan toiminnan puitteissa. Tapahtumalla on muun muassa seuraavia erityispiirteitä muuhun vapaa-ajan toimintaan verrattuna: selkeä alku ja loppu, tapahtuman organisaatiolle tarjoamat kehittymisen ja julkisuuden mahdollisuudet, tapahtumaa koskevat tarkatkin säädökset ja lupamenettelyt, riskialttuus (odottamattomaankin on varauduttava) sekä tapahtumalle tyypilliset johtamistyyli ja menetelmät. Lisäksi on havaittu, että erilaisilla tapahtumilla on enemmän yhteisiä kuin erottavia piirteitä. (Torkildsen 1999, 471-472.)

Kosken ja Latosen (1999) tutkimuksessa selvitettiin jalkapallon Veikkausliigan otteluiden viihdyttävyyttä ja etsittiin keinoja suomalaisen jalkapalloilun kehittämiseksi yleisölajina sekä paikan päällä että televisiosta seurattuna (Koski & Latonen 1999, 5). Yleisön viihtyvyyteen katsomotapahtumassa vaikuttavat elementit voidaan jakaa kolmeen ryhmään: tapahtuman puitteisiin, lajin elementteihin ja yleisön elämyksiin. Tapahtuman puitteisiin kuuluvat esimerkiksi penkit, oheis- ja tukipalveluiden hinta ja saatavuus, pintojen design (esimerkiksi värit), valaistus, musiikki ja muut äänet, tehosteet (esimerkiksi savu) sekä kokonaisvaikutelma. Tapahtumia kehitettäessä ja vaikutteita muualta omaksuttaessa on syytä muistaa, että tehosteiden, valojen ja savun käyttö voi vaikuttaa lähinnä ”kornilta”, jos tapahtuman taso on heikko ja yleisöä on vähän. Puitteisiin vaikuttaa myös yleisömäärä ja tunnelma yleisön joukossa, esimerkiksi yleisön osallistuminen: tunnelma ryhmässä on sellainen, miksi osallistujat sen luovat. Lisäksi on huomattava, että puitteet ovat parhaimmillaankin vain lisäke, ja mikäli esitys

on hyvä, eivät huonot puitteet sitä välttämättä pilaa. Puitteilla voidaan kuitenkin tehdä tapahtumasta vieläkin täydellisempi. (Koski & Latonen 1999, 5-7.)

Lajin elementteihin lasketaan kuuluvaksi muun muassa tiedolliset elementit, millä tarkoitetaan sitä, että mitä paremmin katsoja on selvillä lajin koodeista, sitä kiinnostavampaa tapahtuman seuraaminen älyllisesti on. Vaikka tunnepitoisuuskin on tärkeä tekijä ja vaikka lajien asiantuntijat seuraavatkin kamppailua lähinnä tiedollisesti, olisi lajin koodien opetus yleisölle varmaankin hyödyllistä. Lisäksi lajin elementtejä ovat vauhdikkuus, taidokkuus, esteettisyys, eroottisuus, yllätyksellisyys, kamppailun kiihkeys, energisyys, vaarat, riskit, kovat panokset, koomisuus, tähdet, rituaalit ja myytit sekä suhde yleisön ja esiintyjän välillä. Suhde yleisön ja esiintyjän välillä paranee, mikäli urheilija osaa ottaa yleisönsä. Yksilöurheilijoista Willie Banks lienee ollut ensimmäisiä tapuksillaan yleisöä kannustamaan houkuttelevia. Myös useissa palloilulajeissa yleisöä on alettu yrittää saada mukaan alusta saakka muun muassa joukkuetervehdyksin. Kuitenkin urheilussa olisi tämän asian suhteen paljon opittavaa muiden alojen esiintyjiltä. Yleisön elämyksiin kuuluvat tekijät ovat aggression purku, jännityksen kokeminen, arjesta irrottautuminen ja virkistäytyminen, sijaismenestyminen, älylliset elämykset, huippusuoritusten odottaminen, tapahtuman yhdessä kokeminen eli sosiaalinen kokemus ja kokonaistunnelma. (Koski & Latonen 1999, 6-9.)

2 PALVELUN LAATU JA ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Laatu on arkikielessäkin usein käytetty termi. Jokaisella on sille oma määritelmänsä. (Theodorakis, Costa & Laios 1998, 1.1.) Kaikki arvioivat laatua koko ajan arkipäivän elämässä. Kerrotaan, kuinka hankittu tuote on hyvälaatuinen ja puhutaan siitä, miten tietyn yrityksen palvelun laatu on parantunut tai heikentynyt. Parasuramanin, Zeithamlin ja Berryn (1985) mukaan palvelun laatu on vaikeasti määriteltävä käsite palvelun erityispiirteiden (aineettomuus, heterogeenisyys ja palvelun tuottamisen ja kuluttamisen samanaikaisuus) vuoksi (Parasuraman, Zeithaml & Berry 1985, 42). Jotta palvelun laatua pystyttäisiin tutkimaan, on se aluksi pystyttävä määrittelemään. Määrittelemisen puolestaan vaatii valitsemaan näkökulman, josta laatua tarkastellaan.

2.1 Laatunäkökulmia

Lipponen (1993) esittelee teoksessaan Lillrankin (1990) laatiman kuusiluokkaisen laatunäkökulmajaon. Tämän luokittelun ryhmät ovat valmistus-, tuote-, ympäristö-, arvo-, asiakas- ja kilpailukeskeinen laatu. (Lillrank 1990, 41, Lipposen 1993, 34 mukaan). Tämän tutkimuksen kannalta keskeisimmät näkökulmat ovat arvo-, asiakas- ja kilpailukeskeinen näkökulma, minkä vuoksi niitä käsitellään erikseen omina kappaleinaan.

Valmistuskeskeisellä laadulla tarkoitetaan suunnittelussa asetettujen vaatimusten täyttämistä. Tuotokeskeisessä laatunäkemyksessä laadun katsotaan olevan objektiivista, jolloin huomio kiinnittyy tuotteen mitattaviin ominaisuuksiin. Ympäristökeskeisessä määritelmässä laatu määräytyy tuotteen yhteiskuntaan ja luontoon aiheuttamien kokonaisvaikutusten perusteella. (Lipponen 1993, 35-36.)

Arvokeskeisessä laatumääritelmässä laatu nähdään suhteessa hintaan. Laadukas tuote tarjoaa asiakkaalle riittävän kustannus-hyöty-suhteen. (Lipponen 1993, 35.) Urheilutapahtuman osalta arvokeskeinen näkökulma ei varmaankaan ole tärkein, mutta

silti silläkin on merkitystä erityisesti silloin, kun tarjontaa vastaavantyyppisistä tapahtumista on runsaasti. Toisaalta merkitys tulee niissä tapauksissa, kun katsoja kokee tuotteen ylihinnoitelluksi. Tällöin satunnaiset kokeilijat ja itse tapahtumasta ehkä kiinnostuneet saattavat jäädä kotiin tai etsiä vaihtoehtoisia ajanvietemuotoihin. Varsinaisiin laji-ihmisiin hinnoittelu ei välttämättä vaikuta, sillä rahan katsotaan menevän hyvään tarkoitukseen. Saatetaan ajatella, että ”Onhan se ylihinnoiteltu, mutta eihän tämä nyt kerran vuodessa haittaa”. Toisaalta laji-ihmiset saattavat myös protestiksi jäädä pois.

Asiakaskeskeisen laatumääritelmän mukaan laatu on sitä, että tuote täyttää asiakkaan tarpeet ja odotukset. Asiakaskeskeisyys on yleensä lähtökohtana laatukirjallisuudessa, ja laatuteoriat onkin rakennettu suurelta osin asiakaskeskeisten määritelmien pohjalta.

Kilpailukeskeisessä määritelmässä asiakaskeskeiseen määritelmään lisätään se, että asiakas arvioi tuotetta vertailemalla sitä kilpailijan tuotteisiin, jolloin keskeisin laatu näkökulma on tuotteen suhteellinen arvo. Tätä näkökulmaa käytettäessä välineenä korostuu kilpailija-analyysien käyttäminen. On kuitenkin varottava ryhtymästä vain perässä juoksijaksi. (Lipponen 1993, 37.) Erityisesti viimeisen huomautuksen voi katsoa soveltuvan urheilutapahtumien piiriin, onhan niillä kuitenkin kullakin tarjottavanaan toisistaan poikkeava tuote, ja eri lajien yleisöt voivat poiketa hyvinkin paljon toisistaan.

Tässä tutkimuksessa keskitytään tarkastelemaan asiakaskeskeistä laatua. Syvälliseen urheilutapahtuman laatuanalyysiin tarvitaan lisäksi ainakin arvo- ja kilpailukeskeistä näkökulmaa, jo senkin vuoksi, että ne liittyvät läheisesti myös asiakaskeskeiseen näkökulmaan. Asiakaskeskeistä näkökulmaa voinee pitää perusteltuna valintana erityisesti silloin, kun tutkimusta palvelun laadusta ei kyseisissä tapahtumissa ole aiemmin tehty, ja kun tutkimuksessa asiakastyytyväisyyden katsotaan olevan hyväksi koetun palvelun laadun yläkäsite.

2.2 Mitä on palvelun laatu?

Laadulla on kaksi erilaista sanakirjamerkitystä. Toinen määrittelee laadun ominaisuudeksi ja piirteeksi ja toinen korkealuokkaisuudeksi ja erinomaisuudeksi. (Nurmi, Rekiaro & Rekiaro 1993, 306.) On rajattava, kenen/minkä kannalta asiaa tutkitaan (näkökulma) ja toisaalta, mitä osa-alueita otetaan huomioon. Toisin sanoen tehdään laatumääritelmä, esimerkiksi ”hyvä laatu on sitä, ettei ole tullut valituksia” tai ”hyvä laatu on sitä, mitä asiakas palvelulta haluaa”. Oakland (1993) määrittelee laadun asiakkaan vaatimusten täyttämiseksi (Oakland 1993, 5). Tässä tutkimuksessa laadulla tarkoitetaan niinkään asiakkaan odotusten täyttämistä ja ylittämistä.

Grönroos (1990) ei määrittele laatua suoraan, vaan perustaa laatumääritelmänsä asiakkaan kokemaan kokonaislaatuun. Hän katsoo, että asiakkaan kokema kokonaislaatu koostuu sekä lopputuloksen teknisestä laadusta että prosessin toiminnallisesta laadusta. Tekninen laatu on sitä, mitä asiakas vuorovaikutusprosessissa saa. Toiminnalliseksi laaduksi kutsutaan tapaa, jolla prosessin lopputulos, tekninen laatu hänelle välitetään. Lisäksi kokonaislaatuun vaikuttaa palvelun tuottajan imago. Arviointiohjelmissa laatu määritellään Grönroosin mukaan usein palvelun teknisen erittelyn kautta. Hän kuitenkin painottaa, että asiakkaat kokevat laadun yleensä huomattavasti laajemmin, eivätkä tekniset seikat useinkaan ole laatukokemuksen perustana. Laatua tutkittaessa olisikin syytä muistaa tutkia laatua nimenomaan asiakkaan kokemuksena. (Grönroos 1990, 61-63.) Urheilutapahtuman osalta laadun jakaminen tekniseen ja toiminnalliseen ei toimi erityisen hyvin, sillä katsoja ei saa tapahtumasta mitään konkreettista. Hän saa elämyksen, joka lisäksi riippuu varsin paljon hänestä itsestään, omasta osallistumisestaan. Teknistä laatua ei myöskään ole mielekästä sitoa tapahtuman lopputulokseen, esimerkiksi ottelun tulokseen.

Grönroos (1990) vielä tarkentaa omaa laatumäärittystään etsimällä aiemman tutkimuksen perusteella laadukkaan palvelun tekijöitä. Hänen mukaansa laadukkaaksi koetulla palvelulla on kuusi kriteeriä: ammattitaito; asenne ja käyttäytyminen; lähestyttävyyys ja joustavuus; luotettavuus ja uskottavuus; normalisointi sekä maine. Ammattitaidolla Grönroos tarkoittaa sitä, että asiakkaat tiedostavat palvelun tarjoajalla ja palvelun tarjoamiseen liittyvillä järjestelmillä olevan asiakkaan ongelmien ratkaisuun

riittävät tiedot ja taidot. Asenne ja käyttäytyminen ovat palvelutyöntekijöiden ystävällisyyttä asiakkaiden ongelmien ratkaisemisessa sekä asiakkaisiin kiinnitettyä huomiota. Lähestyttävyys ja joustavuus kuvaavat palvelujärjestelmän toimivuutta ja saavutettavuutta asiakkaan kannalta: sitä että palvelujärjestelmä sopeutuu asiakkaan vaatimuksiin. Luotettavuus ja uskottavuus tarkoittaa sitä, että asiakas voi luottaa palvelun tarjoajaan ja sen järjestelmiin. Normalisoinnin periaatteen mukaan asiakas tietää, että voi luottaa tuottajan kykyyn ja haluun korjata mahdollinen ongelmatilanne parhaalla mahdollisella tavalla. Maine on imagoon liittyvä kriteeri. Sen mukaan asiakas uskoo voivansa luottaa palvelun tuottajan toimiin, uskoo saavansa rahalle vastineen ja uskoo lisäksi palvelun tarjoajalla olevan asiakkaan hyväksymät suorituskriteerit ja arvot. (Grönroos 1990, 72-73.)

Parasuraman, Berry ja Zeithaml (1991) katsovat asiakkaan odotuksilla olevan suuri merkitys heidän kokemaansa palvelun laatuun. Odotuksista (tai vaatimuksista) tutkijat erottavat riittävän ja halutun laadun, jolloin näiden välille jäävää aluetta kutsutaan hyväksyttävän laadun alueeksi. Hyväksyttävän laadun vyöhyke on sitä pienempi, mitä enemmän vaihtoehtoisia palvelun tuottajia asiakkaalla on valittavanaan. (Parasuraman, Berry & Zeithaml 1991, 42-43.) Tässä tutkimuksessa hyväksyttävän laadun vyöhykkeen voidaan katsoa kattavan esimerkiksi kysymyksen 16 ”Miten tyytyväinen olitte seuraaviin tapahtuman osa-alueisiin?” vastausvaihtoehdot melko tyytyväinen-erittäin tyytyväinen. Vastausten perusteella lähes kaikkien vastaajien mielestä laatu oli hyväksyttävää.

Tässä tutkimuksessa laadukkaalla palvelulla tarkoitetaan asiakkaan haluamaa palvelua. Jos asiakkaat kokevat laadun keskeiseksi osatekijäksi työntekijöiden siistin pukeutumisen tai tervetuloivotuksen tapahtumapaikalle tullessaan, ne ovat silloin laadun osatekijöitä. On muistettava, kenen määrittelemästä laadusta olemme kiinnostuneita. Jotta voidaan tutkia, onko palvelu asiakkaiden mielestä laadukasta, pitää kysyä sekä suoraan laatuarviota että pyytää heitä täsmentämään, mitä asioita tässä tapauksessa laadukkaaseen urheilutapahtumaan kuuluu.

Urheilutapahtuman laadun voi katsoa koostuvan samoista elementeistä kuin minkä tahansa muunkin palvelun. Laatututkimuksella saatavan informaation kiinnostavuuden ja tarpeellisuuden vuoksi voisi luulla urheilutapahtumien palvelun laatua selvitetyn

paljonkin, vaikka niitä ei juuri olekaan julkaistu. Voi olla, että laatututkimuksen merkittävyyttä ei urheilun piirissä, ainakaan Suomessa, ole vielä tiedostettu. Tulosten julkaisemattomuus voi selittyä sillä, että ne ovat järjestäjien vain omiin tarkoituksiinsa teettämiä.

2.3 Asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun suhde

Arkikielessä ymmärretään, että jos asiakas kokee palvelun laadun hyväksi, on hän silloin tyytyväinen. Tällöin näiden kahden ilmaisun välillä ei juurikaan ole eroa. Liljander ja Strandvik (1995) raportoivat useiden tutkijoiden erottelevan koetun palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden käsitteet toisistaan. Kuitenkin he ovat löytäneet myös useita tutkijoita (esimerkiksi Nguyen), jotka pitävät käsitteitä toisiaan vastaavina. (Liljander & Strandvik 1995, 46-47.)

Yksi kirjallisuudesta löytynyt erottelu asiakkaan kokeman palvelun laadulle ja asiakastyytyväisyydelle on Parasuramanin, Zeithamlin & Berryn (1988) esittämä. Heidän mukaansa havaittu palvelun laatu on yleinen asenne, joka liittyy yleisesti palvelun erinomaisuuteen, kun taas tyytyväisyys liittyy vain tiettyyn vuorovaikutustilanteeseen. Toisin sanoen heidän mukaansa asiakas voi olla tyytyväinen tiettyyn palveluun, mutta silti hänen mielestään yrityksen tarjoaman palvelun laatu ei ole hyvä. (Parasuraman, Zeithaml & Berry 1988, 16.)

Toinen kirjallisuudesta löytynyt erottava tekijä on niinkään Parasuramanin ym. (1988) esittämä näkemys siitä, miten nämä kaksi eri tutkimussuuntaa määrittelevät eri tavalla käsitteen ”odotus”, joka tarkoittaa asiakkaan odottamaa palvelun laatua. Asiakastyytyväisyydestä puhuvat tutkijat ymmärtävät asiakkaan odotuksilla hänen tekemäänsä arvausta tai oletusta siitä, millaista palvelu ehkä tulee olemaan. Sen sijaan palvelun laadusta puhuvat tutkijat näkevät odotukset pikemminkin asiakkaan käsityksenä siitä, millaista palvelua asiakkaat haluavat, millaista se heidän mukaansa on oltava. (Parasuraman ym. 1988, 17.) Valtonen (1999) vastasi Sport marketing –kurssilla pitämällään luennolla näkevänsä hyväksi koetun palvelun laadun ja

asiakastyytyväisyyden päällekkäisinä käsitteinä (Valtonen 1999, luento). Myös Lipponen (1993) katsoo yrityksen laatutason olevan yhteydessä asiakastyytyväisyyteen (Lipponen 1993, 47).

Tässä tutkimuksessa hyväksi koettu palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys nähdään toisilleen läheisinä ja osin päällekkäisinä käsitteinä. Lähtökohtana on se, että palvelun laatu on yksi asiakastyytyväisyyden osatekijä, johon vaikuttamalla on mahdollista pyrkiä lisäämään asiakastyytyväisyyttä. Palvelun laadun lisäksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat esimerkiksi ottelun/kilpailun tulos, muu yleisö ja sää. Nämä ovat kuitenkin tekijöitä, joihin järjestäjä ei pysty vaikuttamaan. Näin ollen palvelun laadun voitaisiin myös sanoa olevan se osa asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä, joihin järjestäjä pystyy vaikuttamaan.

3 PALVELUN LAADUN JA ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN TUTKIMINEN

Syy siihen, että laatuun on alettu käytännössä kiinnittää huomiota Suomessa vasta viimeisen vuosikymmenen aikana on se, ettei laadun taloudellisten vaikutusten suuruutta ole aiemmin ymmärretty. Laatua ei ole pidetty keskeisenä kilpailutekijänä. (Lipponen 1993, 19). Law (1990) uskoo laadun tulleen yleiseksi tavoitteeksi yritysmaailmassa ehkä helpommin kuin esimerkiksi tuottavuus- tai markkinaosuustavoitteiden, sillä kaikki ymmärtävät mitä laadulla tarkoitetaan (Law 1990, 346). Väitteen mielekkyyttä voi kuitenkin pohtia ainakin esimerkkien osalta, sillä tuottavuus- ja markkinaosuustavoitteet ovat niin selkeästi taloudelliseen etuun kytkeytyviä, että luulisi jokaisen yrittäjän olevan niistä kiinnostuneen.

Yhä useammassa yrityksessä on alettu huomata, että laatuun investoiminen on joissakin tapauksissa kaikkein tuottoisin investointi. Se vähentää virheitä, parantaa tuotteita, lisää viihtyvyyttä, vähentää henkilökunnan vaihtuvuutta, lisää asiakastyytyväisyyttä, tekee työn mielekkäämmäksi sekä parantaa imagoa ja taloutta. Kaikki edellä luetellut tekijät alentavat lisäksi kokonaiskustannuksia. Laadun asemaa tärkeimpänä kilpailutekijänä ei ole juurikaan kritisoitu. Epävarmuutta sen merkityksestä voi kuitenkin ilmetä esimerkiksi silloin, jos laatua ei ymmärretä riittävän laajasti tai käytetään lyhyen aikavälin toimenpiteitä. (Lipponen 1993, 17, 31.) Palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä arvioidaan yksinkertaistaen sanottuna siksi, että palvelun tuottaja saavuttaisi päämääränsä (lähinnä joko suoraan tai välillisesti taloudelliset). Hyvä palvelun laatu voi olla erittäin merkittävä kilpailuetu.

Palvelun laadun arvioinnissa on kysymys palveluiden tuottamiseen liittyvien vaiheiden tunnistamisesta, niiden merkityksen mittaamisesta ja keskinäisten suhteiden arvioinnista paremman tuloksen aikaansaamiseksi. Liikunta- ja urheilupalvelut muistuttavat muita palvelutyyppejä tietyistä palvelutuotannon ja palveluiden arvioinnin erityiselementeistä huolimatta. (Pigeassou 1997, 2-4.) Grönroos (1990) näkee palvelun laadun arvioinnin hyvin vaikeaksi palvelun aineettomuudesta ja sen subjektiivisesta kokemisesta johtuen. Hän korostaa asiakkaiden käyttävän varsin usein termejä ”luottamus” ja ”tunne”, joiden mittaaminen tietenkin on vaikeaa. Kun palvelu vielä lisäksi on samaan aikaan tuotettava

ja kulutettava tekojen sarja, Grönroos pitää tärkeänä laadun arvioimista silloin ja siinä tilanteessa, jossa tuottaminen ja kuluttaminen tapahtuvat. (Grönroos 1990, 50-51.)

Asiakastytyväisyysmittaus liittyy kiinteästi laatujohtamiseen. Mittauksen avulla palvelun tuottaja saa tietoa asiakkaan vaatimuksista, arvostuksista ja korjauksia vaativista asioista. Mikäli laatuajattelussa ollaan vakavissaan ja asiakkaan mielipidettä pidetään tärkeimpänä lähtökohtana, on oltava myös keinot asiakkaan tyytyväisyyden mittaamiseen sekä laadukkaan työn ja palvelun tuottamiseen. (Lotti 1996, 184.)

Karoliina Rautakorpi (2000) on pro gradu –tutkielmassaan selvittänyt suurten urheilutapahtumien johtajia ja johtamista. Hänen kyselynsä vastanneista urheilutapahtumien johtajista yksi kertoi että hänen johtamassaan tapahtumassa rahoitusta oli jopa lisätty laadun varmistamiseksi. Kyseisessä tapahtumassa laadulle oli määritelty normit ja kaikissa toiminnoissa oli yritetty ylittää tietty raja. Toistuvissa tapahtumissa laadunmäärittelyssä käytettiin apuna edellisten vuosien kokemuksia. Yleisesti ottaen huomion kiinnittäminen laatuun oli perustasolla, joskin vip-palveluiden ja joidenkin muiden erityisen tärkeiksi koettujen palveluiden osalta laatuksymyksiä oli mietitty laajemminkin. Joissakin tapauksissa laatuksymyksiä ei oltu mietitty juuri lainkaan. (Rautakorpi 2000, 69-70.)

Katsojan kokeman palvelun laadun arvioinnilla pyritään välillisesti katsojan tyytyväisyyteen ja sitä kautta siihen, että hän tulee tapahtumaan yhä uudelleen. Välitön pyrkimys on laadun parantaminen asiakkaiden haluamaan suuntaan saadun palautteen perusteella. Päätös siitä, tuleeeko katsoja uudestaan, perustuu pitkälti hänen kokemaansa kokonaislaatuun, tyytyväisyyteen, siihen millainen asenne hänelle syntyy tapahtumaa kohtaan. On huomattava, että hyvinkin pienet asiat voivat olla ratkaisevia näiden asenteiden muotoutuessa. Välttämättä ei tarvita muuta kuin että katsoja kokee olevansa ulkopuolinen ja näkee muut osallistujat itselleen vieraina. Tällöin asiakas ajattelee, ettei kyseinen tapahtuma ole häntä varten eikä enää mene esimerkiksi tietyn lajin tapahtumiin, vaikka muuten palvelu tapahtumassa ja tapahtuma itsessään olisi ollutkin laadukas.

On selvää, että mikäli asiakas on tyytyväinen saamaansa palveluun, hän tulee uudelleen todennäköisemmin kuin jos hänen kokemuksensa ovat huonoja. Hyvien kokemusten

myötä hänestä kenties tulee kanta-asiakas, jonka merkityksen erityisesti yritykset, mutta myös muut toimijat ovat alkaneet ymmärtää yhä paremmin. Grönroos (1990) pitää kestävien asiakassuhteiden luomista markkinoinnin tärkeimpänä painopistealueena. Hän perustelee näkemystään sillä, että on kalliimpaa saada uusi potentiaalinen asiakas ostamaan jotain kuin myydä jotain tyytyväiselle kanta-asiakkaalle. Havainnollistaakseen asiaa hän kertoo arkipäivän nyrkkisäännön, jonka mukaan uuden asiakkaan hankkiminen aiheuttaa vähintään kuusinkertaiset kustannukset uusintamyyntiin verrattuna. Tyytymättömien entisten asiakkaiden takaisin saaminen on kaikkein kalleinta, sen hinta on vähintään 25-kertainen verrattuna uusintamyyntiin tyytyväiselle asiakkaalle. (Grönroos 1990, 184.) Kuitenkaan tyytyväisyyden ja kanta-asiakkuuden kytkentää ei voi pitää aukottomana. Storbacka ja Lehtinen (1997) toteavat kritiikissään, että yritystä voidaan vaihtaa myös hinnan, kilpailijan tarjoaman uudenlaisen asiakkuuden tai vaikka vaihtelun vuoksi (Storbacka & Lehtinen 1997, 102).

Urheilutapahtumien osalta kanta-asiakkuus riippuu tapahtuman luonteesta. Toisaalta voidaan ajatella kanta-asiakkuuden ilmenevän esimerkiksi kausikortin hankkimisena, mikä onkin totta esimerkiksi palloilusarjojen kohdalla. Tällaista kanta-asiakkuutta ei luonnollisestikaan voi syntyä kertaluonteisten tapahtumien ympärille. Näin ollen kanta-asiakkuuden voidaan ajatella olevan myös jotain muuta. Henkilö, joka vuodesta toiseen käy katsomassa esimerkiksi yleisurheilun Suomi-Ruotsi-maaottelua, on varmastikin sen tapahtuman kanta-asiakas. Samalla tavoin voidaan puhua tietyn lajin tai tapahtumatyyppin (esimerkiksi pesäpallo tai kesäolympialaiset) kanta-asiakkuudesta.

Kanta-asiakkailla on tärkeä markkinoinnillinen tehtävä sen lisäksi, että he itse uskollisesti esimerkiksi kulkevat tietyssä tapahtumassa tai seuraavat tiettyä lajia tai joukkuetta. Katsojat tulevat tapahtumaan useimmiten jonkun toisen tai useampienkin henkilöiden kanssa. Kanta-asiakas saattaa joskus saada houkuteltua mukaansa myös ystävänsä, joka ei välttämättä ole erityisen kiinnostunut urheilusta tai kyseisestä lajista eikä ilman kaverinsa houkuttelua olisi koskaan lähtenyt seuraamaan tapahtumaa. Mikäli hänenkin saamansa kokemus on positiivinen, voi olla, että kyseinen laji tai tapahtuma on saanut uuden kanta-asiakkaan. Urheilupiireissä ei markkinoinnissa ole vielä juurikaan huomattu esimerkiksi postimyyntiyritysten jo kauan käyttämien ”Tuo ystäväsi mukaan, niin saat...” -tyyppisten kampanjoiden käyttömahdollisuuksia. Mikäli kanta-

asiakkaista on olemassa jonkinlainen rekisteri, voidaan heille vaikkapa postitse lähettää tämäntyyppisiä tarjouksia.

Tunnetuin palvelun laadun osatekijöiden luokittelumalli lienee Parasuramanin ym. 1988 julkaisema SERVQUAL-malli. Julkistamisestaan lähtien sen kritikointi ja parantelu on ollut sekä tutkijoiden itsensä että myös monien muiden palvelun laadun tutkijoiden tehtävänä. SERVQUAL on se malli, johon lähes jokainen palvelun laadusta kirjoittava näyttää viittaavan. Parasuraman ym. ovat sitä mieltä, että koska objektiivista palvelun laadun mittaria ei ole, on perustelluinta lähestyä laatua asiakkaan kokeman palvelun laadun mittaamisen kautta. Parasuraman ym. toteavat useiden tutkijoiden (mm. Sasser, Olsen, Wyckoff, Grönroos, Lehtinen & Lehtinen) olevan heidän kanssaan selvästi samaa mieltä siitä, että asiakkaan kokema palvelun laatu on peräisin vertailusta, jota he tekevät laatuodotustensa ja -kokemustensa välillä. SERVQUAL:in keskeisin osa on viiden laadun ulottuvuuden nimeäminen. Alun perin näitä ulottuvuuksia oli kymmenen, joista jokainen sisälsi keskimäärin kymmenen kohtaa. Tutkimuksen edetessä luokkia yhdisteltiin keskenään, jolloin lopulta saatiin viisiluokkainen malli, jossa kuitenkin ovat mukana kaikki alkuperäiset 97 tekijää. Ulottuvuudet ovat konkreettiset tekijät (tilat, välineet ja henkilökunnan esiintyminen), luotettavuus (kyky tarjota luvattu palvelu huolellisesti), yhteistyökyky (halu auttaa ja kannustaa asiakasta), vakuuttavuus (työntekijöiden taito ja kohteliaisuus sekä heidän kykynsä herättää luottamusta) ja empatia (huolehtiminen ja henkilökohtainen huomio, jota yritys tarjoaa asiakkailleen). (Parasuraman ym. 1988, 13-23.) Kymmenen alkuperäistä laatu-ulottuvuutta olivat konkreettiset tekijät, luotettavuus, yhteistyökyky, pätevyys, kohteliaisuus, uskottavuus, turvallisuus, saavutettavuus, viestintäkyky ja asiakkaan ymmärtäminen (Parasuraman ym. 1985, 47).

4 LAADUN JOHTAMINEN – KOHTI PAREMPAA PALVELUA

Laatujohtamisessa johtaja ottaa vastuun laatujärjestelmän kehittämisestä ja määrittää kehittämistyön suunnan, toisin sanoen luo laatu politiikan. Johtajan vastuulla on myös henkilöstön ja yhteistyökumppaneiden motivoiminen ja valmentaminen. (Lipponen 1993, 14.) Myös Law (1990) näkee keskeisenä ylimmän johdon sitoutumisen laatu työhön (Law 1990, 344). Laatujohtamisessa otetaan varsinaisen tuotteen lisäksi huomioon kaikki tuotteen syntyyn välittömästi tai välillisesti vaikuttavat toimenpiteet, esimerkiksi toimistorutiinit (Lipponen 1993, 30).

4.1 Kokonaisvaltainen laadunhallinta

Laatujohtamisen tunnetuin malli on TQM (total quality management), kokonaisvaltainen laadunhallinta. Riccin (1994) mukaan siitä alettiin aluksi puhua Yhdysvalloissa, jossa uranuurtajana toimi W. Edwards Deming. Tämän jälkeen mallia on kehitetty ennen muuta Japanissa. 1980-luvulla suuntaus saapui myös eurooppalaisiin yrityksiin. TQM:n perusajatuksia ovat asiakastyytyväisyyteen keskittyminen, pitkäaikaisten kehittämissuunnitelmien tekeminen ja sen varmistaminen, että koko organisaatio osallistuu laadun parantamiseen. (Ricci 1994, 547.)

TQM on koko organisaation kilpailukykyä, tehokkuutta ja joustavuutta lisäävä lähestymistapa. Siinä laatu nähdään kaikkien toimintaan osallistuvien henkilöiden ja tasojen yhteisvaikutuksena, mikä on otettava huomioon suunnittelussa ja toteutuksessa. Eriyksen tärkeänä pidetään sitä, että palvelu tapahtuu oikein heti ensimmäisellä kerralla. Katsotaan nimittäin, että virhe millä tahansa osa-alueella aiheuttaa virheitä myös muille alueille. Huomiota kiinnitetään myös siihen, että laatu ei synny itsestään, vaan sitä on johdettava. (Oakland 1993, 9, 18, 23.) Laatujohtamisen lähtökohtana on kannattavuuden parantaminen ja tuloksellisuus. Toisin sanoen laatu on väline, jolla päämäärään päästään. (Lipponen 1993, 14.)

Laadun kehittämisessä on tärkeää työskennellä pitkäjänteisesti ja panostaa virheiden ennaltaehkäisyyn. Myös positiiviseen ilmapiiriin henkilöstön keskuudessa on syytä kiinnittää huomiota. (Lipponen 1993,31.) Myös Dale ja Plunkett (1990) painottavat TQM:n olevan jatkuva prosessi (Dale & Plunkett 1990, 347).

Valtiovarainministeriön aloittaman Suomen julkisten palvelujen laatustrategia – projektin taustaselvityksessä (1998) todettiin laadunhallinnassa parhaiten onnistuneen niiden toimialojen, jotka ovat laadunparantamistyössään soveltaneet valmiista malleista sovellettuja, omalle alalleen sopivia malleja (Valtiovarainministeriö 1998, 14, 18.) Dale ja Plunkett korostavat niinkään sitä, ettei mitään menetelmää voida pitää toista parempana, vaan ne on valittava organisaation erityispiirteet huomioon ottaen. Kuitenkin organisaation kaikkien tasojen ja osien koulutusta he pitävät ensiarvoisen tärkeänä. (Dale & Plunkett 1990, 347, 352.)

Ricci (1994) esittää kokonaisvaltaisen laadun (total quality) periaatteeksi (urheilu)palveluiden osalta esimerkiksi seuraavia asioita: asiakkaat ovat palvelun perusta, ja tärkein päämäärä on heidän tarpeidensa tyydyttäminen; koko henkilökunnan siivoojista johtajiin on panostettava palvelun laatuun; laatua on valvottava koko ajan kaikilla tasoilla ja laadun kehittämistyön on oltava jatkuvaa (Ricci 1994, 558). Myös Grönroos (1990) pitää välttämättömänä, että koko organisaatio ymmärtää laadun merkityksen ja keinot, joilla hyvään palvelun laatuun voidaan vaikuttaa (Grönroos 1990, 81). Riccin periaatetta on helppo soveltaa myös urheilutapahtumaan. Toisin sanoen lähdetään liikkeelle asiakkaiden tarpeista, toiminnassa ovat mukana kaikki järjestelyissä mukana olevat osapuolet ja toimintaa kehitetään koko ajan yhä laadukkaammaksi ja pysytään selvillä asiakkaiden mielipiteistä.

4.2 Asiakkaan kohtaaminen

Varsinaiset palvelutilanteet ovat niin sanottuja totuuden hetkiä, joissa asiakas ja palvelun tuottajan edustajat ovat vuorovaikutuksessa keskenään (Grönroos 1990, 34). Tällaisia totuuden hetkiä ovat esimerkiksi seuraavat tilanteet: asiakas varaa lipun

tapahtumaan puhelimitse tai internetin välityksellä tai ostaa lipun tapahtumapaikalle mennessään, ostaa virvokkeita tapahtumapaikalla tai kysyy wc:n sijaintia. Erityisesti ensimmäiset ja viimeiset kohtaamiset ovat koetun kokonaislaadun kannalta tärkeitä (Grönroos 1990, 259). Tällöin keskeisiksi laatutekijöiksi muodostuvatkin lisätietojen saamisen helppous järjestäjiltä esimerkiksi puhelimitse, (ennakko)lipunmyynti ja parkkipaikan saaminen sekä toisaalta viimeiset palvelutapahtumat kuten tapahtumapaikalta poistuminen, mahdolliset ruuhkat, poistumisen nopeus ja pysäköintipaikan osoittautuminen turvalliseksi tai turvattomaksi. Ensimmäisten tapahtumien joukkoon on mahdollisesti lisättävä vielä tapahtuman mainonta, sillä se on voimakkaastikin vaikuttamassa tapahtumasta syntyvään mielikuvaan ja odotuksiin. Vaikka palvelun laatu tapahtumapaikalla olisikin jonkin mittarin mukaan hyvä, kokonaislaatu voi kuitenkin olla heikko, jos odotukset ovat epärealistisia tai kuitenkin suurempia kuin mitä tapahtuma lopulta tarjosi (Grönroos 1990, 65).

Grönroosin (1990) mukaan palveluprosessi on kokonaisuudessaan toteutettava siten, että puutteellisesti tai väärin hoidettuja totuuden hetkiä ei synny. Jos laadussa on kyseisellä totuuden hetkellä ollut ongelmia, korjaus ei myöhemmin ole mahdollista. Joskin joissakin tapauksissa voidaan luoda uusi totuuden hetki esimerkiksi soittamalla asiakkaalle ja selittämällä, miksi asiat menivät niin kuin menivät. Kuitenkaan jälkikäteisselittelyn ja anteeksipyyntöjen jälkeenkään tilanne ei ole sama kuin se olisi ollut alkuperäisen totuuden hetken onnistuessa. (Grönroos 1990, 67). Urheilutapahtuman osalta uuden totuuden hetken luominen ei yleensä edes ole mahdollista ainakaan yksilöihin kohdistuvana toimenpiteenä.

4.3 Sisäinen markkinointi

Sisäinen markkinointi on yksi keskeisimmistä laatujohtamisen menetelmistä. Grönroosin (1990) mukaan sisäinen markkinointi lähtee ajatuksesta, että organisaation työntekijät muodostavat sen ensimmäiset, sisäiset markkinat. Esimerkiksi viestintäkampanjat, palvelut ja valitut strategiat on pystyttävä markkinoimaan ensimmäiseksi tälle sisäiselle kohderyhmälle. Vasta sen jälkeen voidaan olettaa

markkinoinnin onnistuvan myös organisaation ulkopuolella. (Grönroos 1990, 260). Sisäisen markkinoinnin puutteesta johtuen organisaation johdon suunnittelemat hyvätkin laatukampanjat saattavat epäonnistua, jos palveluhalukkuutta ja asiakkaan arvostusta ei kyetä saamaan kaikkien työntekijöiden, koko organisaation yhteiseksi päämääräksi. Strömmer (1999) sivuaa teoksessaan niin sanottua lean management – ajattelua, jonka mukaan kaikki työntekijät suuntautuvat tehtävästään riippumatta asiakkaan palvelemiseen. Hyväkään palvelukonsepti ei pelasta, jos työntekijä käyttäytyy asiakasta kohtaan epäkohteliaasti. Strömmer pitääkin leania koko laatuajattelun kokoavana ajatuksena. (Strömmer 1999, 10, 45.)

Grönroos (1990) korostaa edelleen, että uuden toimintastrategian kehittämiseen on otettava mukaan myös henkilökunnan koulutus, jotta palveluhenkisyydestä tulisi koko organisaation asia myös käytännön tasolla. Organisaation valmentaminen toivottuihin suorituksiin tarkoittaa käytännössä sitä, että luodaan riittävät resurssit toivotulle käyttäytymiselle ja saadaan ajatus uudesta toimintatavasta (tai vastaavasta) markkinoitua koko yhteisölle. (Grönroos 1990, 112-113.) Resurssien luominen tarkoittaa työntekijöiden valmiuksien lisäksi myös muun muassa sitä, että työntekijöillä on riittävästi aikaa asiakaskontakteihin, jotta heidän on mahdollista panostaa asiakkaan mahdollisimman yksilölliseen huomioimiseen eikä pelkästään rutiinitehtävistä huolehtimiseen. Toisin sanoen työntekijöitä on oltava riittävästi.

Tapahtumaan osallistuvien pitäisi tietää, kenelle he ovat vastuussa, kuka on heille itselleen vastuussa, kenen kanssa he työskentelevät ja mikä on heidän tehtävänsä organisaatiossa (Torkildsen 1999, 475). Rautakorven (2000) kyselystä kävi ilmi, että monet suurten urheilutapahtumien opetuksista liittyivät juuri vapaaehtoisiin. Kyselyyn vastanneet johtajat pitivät tärkeänä päästä itse osallistumaan työntekijöiden valintaan, ja toisaalta he olivat sitä mieltä, että työntekijöiden pitäisi antaa käyttää omaa järkeään nykyistä enemmän. He näkivät henkilöstöjohtamiseen sijoittamisen kannattavana ratkaisuna. Henkilöstöön liittyviä ongelmia olivat heidän mukaansa sopivien ihmisten löytäminen kullekin toimipaikalle, ihmisten saaminen innostumaan työläistä tapahtumista ja vahvojen persoonien johtaminen. (Rautakorpi 2000, 74.)

Urheilutapahtuman osalta sisäinen markkinointi ja organisaation valmentaminen ovat erityisen keskeisiä, sillä järjestelyorganisaatiot ovat yleensä enemmän tai vähemmän

projekttiluonteisia. Tällöin ihmiset eivät tunne toisiaan eikä vastaavanlaisesta projektista ole välttämättä juurikaan kokemusta. Organisaation jäsenillä ei valitettavan usein ole tietoa koko organisaation rakenteesta ja siitä, mikä on juuri tietyn henkilön tehtävä ja paikka järjestelyorganisaatiossa. Puhumattakaan siitä, että he useinkaan tietäisivät, mikä on tapahtuman tarkoitus (muu kuin mekaaninen tapahtuman läpivieminen), miten siihen pyritään ja mitä työntekijöiltä vaaditaan. Johtohenkilöille ajatus tapahtumasta on ehkä pitkänkin valmisteluajan kuluessa tullut itsestään selväksi, eivätkä he välttämättä enää kykene ajattelemaan asioita tavallisen talkootyöntekijän näkökulmasta. Ongelma ei kuitenkaan ole pelkästään sisäisen tiedotuksen puutteessa, vaan johtamisessa ylipäättään. Kukaan ei ehkä ole edes pohtinut, miksi tapahtuma järjestetään (muuten kuin siksi, että se järjestetään vuosittain ja tänä vuonna juuri tällä paikkakunnalla), kenelle se tehdään ja mitä pitää ottaa huomioon ja miksi. Asioita tehdään ikään kuin vain tuntuman varassa. Voi olla, etteivät varsinkaan pienten urheilutapahtumien (=suurin osa urheilutapahtumista) järjestäjät ole vielä oivaltaneet laadun tai edes tapahtuman merkitystä. Kun suurimman osan tapahtumajärjestelyistä hoitavat talkoolaiset, voi kärjistetysti sanoa tiedotuksen puutteen olevan jopa talkootyövoiman väheksymistä. Kun he ovat valmiita uhraamaan vapaa-aikaansa tapahtumassa työskentelyyn, on heillä oikeus tietää, mihin pyritään, miksi ja miten. Toisin sanoen heillä on oikeus tietää, miten he voivat tehdä työnsä mahdollisimman hyvin.

Perehdyttämiskoulutusta järjestämällä saadaan laadukkaampaa työvoimaa. Tämän koulutuksen tulisi tarjota osallistujille kokonaiskuvan tapahtuman puitteista (muun muassa sen, missä ensiapupisteet, lepo huoneet ja puhelimet sijaitsevat). Työntekijöille tulisi myös esittää sopivia menetelmiä käytettäväksi esimerkiksi päihtyneiden tai häiritsevien katsojien käsittelyyn. Työntekijöille tulisi erityisesti korostaa, että heidän tärkein tehtävänsä on olla kohteliaita ja toivottaa katsojat tervetulleiksi tapahtumaan. (Farmer, Mulrooney & Ammon 1996, 138-139, 210.)

5 TUTKIMUSTEHTÄVÄT JA AIHEEN RAJAAMINEN

Palvelun laatua voidaan tutkia monista eri näkökulmista. Tapahtuman järjestäjälle kuitenkin katsojanäkökulma on yksi tärkeimmistä, erityisesti silloin, kun palvelun laatua ei kyseisen tapahtuman osalta ole aiemmin selvitetty mistään näkökulmasta. Lisäksi on muistettava, kuinka keskeinen elementti katsojat ovat (urheilu)tapahtumassa. Media ei ole kiinnostunut, ellei tapahtuma kiinnosta yleisöä, eikä yhteistyökumppaneita saada ilman yleisöä ja mediaa. Koska katsojien voidaan sanoa olevan yksi koko tapahtuman keskeisimmistä osista, selvitettiin tässä tutkimuksessa asiakastyytyväisyyttä ja palvelun laatua nimenomaan katsojanäkökulmasta. Muita näkökulmavaihtoehtoja ovat muun muassa urheilija-, valmentaja-, sponsori-, tavarantoimittaja- ja medianäkökulma.

Tutkimustehtäviä oli kolme:

- 1) Urheilutapahtuman palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä mittaavan kyselylomakkeen laatiminen ja kehittämisehdotusten tekeminen saatujen kokemusten perusteella sekä koko tiedonkeruumenetelmän kehittäminen
- 2) Tutkimuskohteina olleiden urheilutapahtumien palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden arvioiminen
- 3) Katsojan mielestä ihanteellisen urheilutapahtuman selvittäminen

Ensimmäinen kohta ei varsinaisesti ole tutkimuksen erillinen tehtävä, sillä jotta mitään voidaan tutkia on oltava tutkimusmenetelmä ja mittari, jolla haluttuja asioita mitataan. Toinen kohta oli tutkimuksen päätarkoitus. Vastaus kolmanteen tutkimustehtävään tuli tavallaan kahden ensimmäisen tehtävän sivutuotteena, kun katsojilta selvitettiin, mihin asioihin he arviointia tehdessään kiinnittivät eniten huomiota ja millainen heidän mielestään on hyvä urheilutapahtuma.

6 KYSELYTUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN JA AINEISTON ANALYSOINTI

Tutkimusmenetelmänä käytettiin katsojakyselyä. Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (1997) mukaan kyselyn etu on laajan tutkimusaineiston keräämisen mahdollisuus. He pitävät kyselyä tehokkaana menetelmänä. Sen avulla saadaan tietoa tosiasiasta, käyttäytymisestä ja toiminnasta, tiedoista, arvoista, asenteista ja uskomuksista. Kyselyn ongelmat ovat siinä, ettei ole mahdollista tietää, miten vakavissaan kyselyyn vastataan. Toisaalta myöskään vastausvaihtoehdot eivät välttämättä ole onnistuneita, ja katokin on joissakin tapauksissa suuri. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 191-193.) Kirjekyselyissä ei ole aina selvää, kuka lopulta vastasi siihen. Myös ”en osaa sanoa” – tyyppisten vastausten lukumäärä on kirjekyselyissä usein suurempi kuin henkilökohtaisessa haastattelussa. Kyselyissä avoimet kysymykset eivät ole suosittelavia, sillä niihin tulee helposti puutteellisia vastauksia. Palautusprosenttiin vaikuttavat muun muassa seuraavat tekijät: kohderyhmä, tutkimuksen aihe, lomakkeen pituus, kysymysten määrä lomakkeessa, kysymysten tyyppi, saatekirje, lomakkeen ulkoasu sekä mahdolliset vastaamisesta saatavat palkkiot. (Lotti 1996, 48-49.)

Grönroos (1990) korostaa kyselyn suorittamista siinä tilanteessa, jossa palvelua käytetään (Grönroos 1990, 50-51). Tällöin mielipiteet saadaan kerättyä tuoreeltaan, ja vastaaminenkin lienee todennäköisempää kuin siinä tapauksessa, että lomake viedään kotiin. Toisaalta on niinkin, että tapahtumapaikalla kyselyyn vastaaminen mahdollisesti jo sinällään vaikuttaa katsojan tyytyväisyyteen: ei välttämättä ole miellyttävää kesken jännittävän tapahtuman alkaa täyttää kyselylomaketta. Tällöin ehkä vastaaminenkin on suurpiirteisempää. On myöskin huomattava, että kotona tapahtuman jälkeen vastatessaan katsojalla on jo kokonaisnäkemys tapahtumasta mukaan lukien sieltä poistuminen. Päätös siitä, meneekö toista kertaa vastaavaan tapahtumaan, kokonaisarvio, tehdään kuitenkin vasta tapahtuman jälkeen sitä vielä mietittäessä. Tässä mielessä myös jälkikäteen vastaamisessa on hyvät puolensa.

Kyselyyn vastaaminen on sitä tarkempaa, mitä tärkeämpi tutkimus on vastaajan mielestä. Lomakkeen pituudella ei sen sijaan ole juurikaan vaikutusta. Kysymysten tekemisessä on noudatettava tiettyjä periaatteita. Kysymys ei saa johdatella tai olla liian

pitkä, sen tulee olla yksinkertainen ja yksiselitteinen, kerrallaan kysytään vain yhtä asiaa eikä kysymyksessä käytetä sivistyssanoja, slangia tai outoja sanoja. (Lotti 1996, 49, 76.)

6.1 Tutkimuksen toteuttaminen yleisesti

Tutkimus suoritettiin kahdessa osassa. Ensimmäinen osa toteutettiin pesäpallon Itä-länsi-ottelussa Sotkamossa 3.-4.7.1999. Toinen osa puolestaan oli yleisurheilun Kalevan kisat Seinäjoella 7.-8.8.1999. Kyselylomakkeet olivat pääosin samanlaiset, mutta joitakin eroavaisuuksia niissä oli muun muassa urheilulajien eroista ja kyseisten lajiliittojen (Superpesis ja Suomen Urheiluliitto) erilaisista toivomuksista johtuen. Myös tutkimuksen toteutuksessa oli hieman eroa. Molemmissa kyselyissä vastaajat osallistuiivat arvontaan.

6.2 Tutkimuksen suorittaminen Itä-länsi-ottelussa

Sotkamossa pelattiin 3.-4.7.1999 pesäpallon Itä-länsi-ottelu, jota on järjestetty vuodesta 1932 (Korhonen 1999, 5.) Lauantaina 3.7. pelasivat A-pojat ja naiset ja sunnuntaina B-tytöt ja miehet. B-pojat olivat pelanneet jo torstaina. Perjantaina ei käyty Itä-länsi-otteluita, mutta monet kisavieraat pääsivät jo näkemään Sotkamon Jymyn ja Hyvinkään tahkon välisen miesten Superpesisottelun.

Kyselylomakkeet jaettiin lauantaina ja sunnuntaina. Molempina päivinä jakajia oli kaksi, lomakkeita jaettiin portilla kaikille halukkaille. Lomake oli mahdollista palauttaa joko postitse tai portilla olleeseen palautuslaatikkoon. Myös kyniä oli saatavilla lomakkeiden jakopisteessä, ja kyselyyn vastaamista vauhditettiin kuulutuksilla. Lomakkeita jaettiin yhteensä 1000, joista 364 palautettiin. Palautusprosentti oli näin ollen 36. Koska vastausprosentti jäi alhaiseksi (joskin tulos on normaalia postikyselyiden luokkaa), tulosten yleistettävyyttä on harkittava tapauskohtaisesti.

Vastaajajoukon esittelyssä on esitetty kritiikkiä muun muassa tutkimuksen sukupuolijakaumasta.

6.3 Tutkimuksen toteuttaminen Kalevan Kisoissa

Seinäjoen Urheilijoiden järjestämät Kalevan Kisat pidettiin 5.-8.8.1999. Kysely suoritettiin kuitenkin vain lauantaina ja sunnuntaina. Kyselyt jaettiin lauantaina katsomon kaikissa osissa rivien ensimmäisille ja sunnuntaina vastaavasti rivien toisille. Katsojia pyydettiin palauttamaan lomake joko suoraan sen jakajalle, joka myös opasti katsojia tarvittaessa, tai postitse. Jakajilla oli kyniä, joita he antoivat niitä tarvitseville. Lauantaina kuulutusta ei käytetty, mutta yleisön epätietoisuuden vuoksi sunnuntaina jakelu käynnistettiin vasta kuulutustekstin jälkeen, jolloin katsojat jo tiesivät varautua, eikä jakajista tuntunut, että he häiritsivät katsojia, toisin kuin lauantaina. Lauantaina jakelussa sattui pieni virhe siitä syystä, että alustava aikataulu poikkesi lopullisesta ja jakeluaikataulu oli tehty alustavan ohjelman perusteella. Jakajia oli yhteensä 12, joista kaksi toimi lähinnä jakelun organisoiijina. Kyselyitä jaettiin Seinäjoella 950, joista 690 palautettiin. Vastausprosentti oli näin 73 prosenttia.

7 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUDESTA

Kyseisen tutkimuksen luotettavuuden kannalta erityisen keskeisiä seikkoja olivat kyselylomakkeen täyttämiseen ja otokseen liittyvät kysymykset. Toisin sanoen se, miten vakavissaan kysymyksiin vastattiin ja kuka ylipäätään vastasi. Vastausten laatu oli varsin hyvä. Muutamassa yksittäistapauksessa (nämäkin lähinnä Itä-länsi-ottelun osalta) vastaamisen saattoi päätellä olleen varsin summittaista. Tutkimusmenetelmien erilaisuus tulee tässä ilmi: kontrolloidummassa vastaustilanteessa summittaiselta vaikuttavien vastausten määrä vähenee. Kysymysten ymmärtäminen puolestaan näytti olleen ongelma joissakin tapauksissa. Itä-länsi-ottelun osalta kysymys 22 ”Poikkeaisiko vastauksenne, mikäli kyseessä olisi ollut pelkästään naisten tai miesten Itä-länsi-ottelu? Jos poikkeaisi, miksi?” (kyselylomakkeet liitteinä 1 ja 2) jouduttiin hylkäämään kokonaan. Kysymys 17 ”Miten paljon edellä mainitut tekijät vaikuttavat arvionne palvelun kokonaislaadusta? --- Halutessanne voitte myös perustella vastaustanne.” näytti muut vastaukset huomioon ottaen joissakin tapauksissa väärin ymmärretyltä. Samoin sen nähtiin niin ikään muutamassa tapauksessa tarkoittavan samaa kuin kysymyksen 16 ”Miten tyytyväinen olette seuraaviin tapahtuman osa-alueisiin? --- Halutessanne voitte myös perustella vastaustanne”. Selkeämpi muotoilu olisi varmaankin auttanut ymmärtämistä. Kuitenkin väärinymmärrykset olivat siinä määrin harvinaisia, että lopputuloksen kannalta niillä ei liene merkitystä.

Kunnollisen pilottitutkimuksen tekeminen olisi lisännyt tutkimuksen luotettavuutta. Lomake testattiin viidellä liikunnan opiskelijalla ja viidellä muulla ihmisellä ennen kuin kyselyehdotukset menivät tutkimuksen tilaajille. Tilajien ehdotuksesta joitakin kysymyksiä lisättiin ja muutamien kysymysten rakennetta muokattiin. Myös tämän jälkeen lomakkeen toimivuus olisi tullut testata.

Itä-länsi-ottelun kyselyssä vastausprosentti oli vain puolet Kalevan Kisojen vastaavasta. Summittaisten vastausten osuus oli suurempi Itä-länsi-ottelun kyselyssä. Kuitenkin myös vastausajalla näytti olleen vaikutuksensa: Itä-länsi-ottelussa, jossa vastausaika oli rajoittamaton, avoimiin kysymyksiin vastattiin Kalevan Kisoja ahkerammin. Kalevan Kisoissa vastausaika oli periaatteessa rajattu, mutta käytännössä kenenkään ei tarvinnut palauttaa lomaketta ennen kuin oli ehtinyt vastata kunnolla. Toinen asia tietenkin on

kuvitellun ryhmäpaineen vaikutus: kun kaikki muut omalla käytävällä ovat jo palauttaneet lomakkeet ja tutkimuksen suorittaja odottaa enää yhtä palautusta.

Kalevan Kisoissa otanta oli eräänlainen sovellus systemaattisesta otannasta: lauantaina lomakkeet jaettiin kaikissa katsomoissa penkkirivien ensimmäisille ja sunnuntaina toisille henkilöille. Itä-länsi-ottelun osalta ei voida puhua mistään varsinaisesta otostyypistä. Aluksi lomakkeet yritettiin jakaa joka viidennelle sisään tulevalle, mutta käytännössä tämä osoittautui mahdottomaksi kahden henkilön voimin, varsinkin kun samalla piti parhaansa mukaan koettaa opastaa ihmisiä, jotta vastausprosentti saataisiin kohtuulliseksi. Käytännössä lomakkeita jaettiin kaikille, jotka sen suostuivat ottamaan. Tämän vuoksi vastaajat ovat tavallaan kahteen kertaan valikoitunutta joukkoa: aluksi valinta sen suhteen, haluaako ottaa lomakkeen ja toiseksi sen suhteen, vastaako kyselyyn ja palauttaa sen. Kalevan Kisojen osalta voi tietenkin pohtia, poikkeavatko penkkirivien keskellä istuvat jotenkin reunassa istuvista. Tämä tuskin kuitenkaan on mikään ongelma.

Kalevan Kisoissa vastaajista miehiä oli 55 % ja naisia 45 %. Suhde tuntuu varsin hyvältä yleisurheilutapahtumaan, vaikkakaan sen vastaavuudesta todelliseen yleisön sukupuolijakaumaan ei voi sanoa paljoakaan, ellei ole saatavilla tietoja kyseisen tapahtuman sukupuolijakaumasta. Sen sijaan Itä-länsi-ottelussa voinee puhua naisten yliedustuksesta, sillä naisten osuus vastaajista oli peräti 67 %, kun miesten osuus vastaavasti jäi 33 %:iin. Osittain tilanne voi selittyä sillä, että kyselyihin lienee jossain määrin vastattu pariskunnittain, eli molemmat osallistuvat vastaamiseen, mutta nainen on kenties toiminut kirjurina ja laittanut itsensä vastaajaksi. Ikäryhmittäin tarkasteltuna otanta näyttää varsin hyvin toteutetulta, kuitenkin siten, että nuorempien ikäluokkien edustus oli Itä-länsi-ottelussa huomattavasti Kalevan Kisoja suurempi. Tämäkin osaltaan kertoo siitä, että Itä-länsi-ottelun vastaajien kaksinkertainen valikoituminen on saattanut aiheuttaa vinoumaa vastaajajoukkoon, mikä puolestaan voi näkyä tietynsuuntaisten mielipiteiden yliedustuksena.

Tiukka aikataulu kyselylomakkeen laadinnassa saattoi jossain määrin heikentää validiteettia, eli aina ei välttämättä ole selvää, mittaako kysymys juuri sitä, mitä sen pitäisi. Suorista jakaumista näkyvät satunnaisvirheet on korjattu, mutta tietenkin kaikki lyöntivirheet eivät paljastu suoraan suorien jakaumien taulukoista. Tutkimuksen sisäistä

luotettavuutta lisää se, että sama henkilö on koodannut kokonaan molemmat aineistot, joten ratkaisut epäselvien tapausten suhteen lienevät systemaattiset. Tietenkin tämä voi tarkoittaa myös sitä, että kaikki epäselvät tapaukset on ratkaistu systemaattisesti väärin. Tutkijan omaan päättelyyn liittyvät ongelmat tulevat esiin lähinnä niiden avointen kysymysten kohdalla, joiden vastaukset luokiteltiin koodausta suoritettaessa (kysymys 13 ”Mitä haluaisitte sanoa tapahtumatyöntekijöistä yleisesti; ystävällisyys, palvelualttius, ammattitaito jne?” ja kysymys 14 ”Millainen on hyvä urheilutapahtuma?”).

Kysymysten järkevyydestä on lisäksi sanottava, että vaikka kokonaisuasetta mittaava kysymys 19 ”Minkä kokonaisarvosanan (1-5) annatte tapahtumalle?” olikin sinällään tärkeä ja osin onnistunutkin, ei se anna juurikaan muuta informaatiota kuin että tapahtumaan ollaan kohtuullisen tyytyväisiä. Tyypillisin arvosana oli 4, mikä on erittäin ennakoitavaa, kun otetaan huomioon vastaajien taipumus välttää asteikkojen ääripäitä. Jonkinlainen selvennys kysymyksen suhteen olisi voinut olla paikallaan. Pelkkä huomautus ”käyttäkää koko skaalaa” ei välttämättä olisi riittänyt parantamaan informatiivisuutta, päinvastoin voi olla, että se olisi vaikeuttanut kysymyksen ymmärtämistä. Kysymyksen 18 ”Jouduitteko tapahtumapaikalla jonottamaan jonnekin? Jos kyllä, mihin? Jos kyllä, häiritsikö se teitä?” osalta olisi voinut ehkä miettiä valmiita rästettävissä vaihtoehtoja, vaihtoehtoa ”muu” tai ”en minnekään” unohtamatta. Kysymyksen 13 ”Mitä haluaisitte sanoa tapahtumatyöntekijöistä yleisesti; ystävällisyys, palvelualttius, ammattitaito jne.?” selvennys (”ystävällisyys, palvelualttius, ammattitaito”) oli toisaalta hyvä, mutta osin johdatteleva. Tällöin avoimen (autetunkin) kysymyksen luonteen mukainen vastaajan oma ääni ei tullut puhtaasti esiin, jolloin voisi miettiä avoimen kysymyksen muuttamista muotoon: ”Mitkä seuraavista tekijöistä mielestänne sopivat tapahtumatyöntekijöihin yleisesti?” Kalevan Kisojen lomakkeen kysymyksen 17 ”Miten paljon edellä mainitut tekijät vaikuttavat arvioonne palvelun kokonaislaadusta? --- Halutessanne voitte myös perustella vastaustanne.” kohdista vastaajia hämmensivät ”ottelu” ja ”pelaajat”, jotka olisi voinut korvata sanoilla ”kilpailut” ja ”urheilijat”, kun kysymyksessä kuitenkin kysyttiin tapahtuman kokonaislaatuun vaikuttavista seikoista. Valittu sanamuoto olisi vertailtavuuden vuoksi ollut paikallaan ainakin, mikäli kysymys olisi ollut muotoa: ”Miten paljon seuraavat tekijät vaikuttavat ylipäättään arvioonne urheilutapahtumien laadusta?”

8 TULOKSET, ITÄ-LÄNSI-OTTELU

Vastaajista 72 % oli perustanut vastauksensa naisten peliin, 78 % miesten peliin, 45 % tyttöjen peliin ja 54 % poikien peliin. Ikäluokista parhaiten edustettu oli 40-49-vuotiaiden ryhmä, joka muodosti neljänneksen koko vastaajajoukosta. Toiseksi suurin katsojaryhmä oli ikäluokka alle 20-vuotiaat. Naisia oli 67 % vastanneista, mikä kertonee miesten aliedustuksesta vastaajien joukossa. Toisaalta voi olla, että pariskunnat ovat vastanneet yhdessä, ja nainen kirjurina toimiessaan on nimennyt itsensä vastaajaksi, vaikka vastaukset itse asiassa ovat molempien. Tutkimuksen luotettavuutta heikentää se, että vastauksista ei näin välttämättä voida sanoa, minkä ihmisryhmän mielipiteitä ne edustavat.

Vastanneista 16 % oli saapunut Sotkamosta. Toiseksi yleisin lähtöpaikka oli Sotkamon lähin kaupunki Kajaani (11 %). Seuraavina, joskin kahta ensimmäistä huomattavasti pienempinä tulivat Oulu ja Joensuu.

Lähes puolet vastanneista oli Itä-länsi-ottelussa joko ensimmäistä tai toista kertaa, 45% oli ollut kyseisessä tapahtumassa aiemmin kahdesta viiteen kertaa ja 11% yli viisi kertaa. Yksi vastaaja oli käynyt jo 30 kertaa Itä-länsi-ottelussa. (Taulukko 1)

Taulukko 1. Aiemmissa Itä-länsi-otteluissa käyntien lukumäärä

Aiempien käyntien määrä	Osuus vastanneista (%)
0-1	43
2-5	45
>5	11

Tulos kertoo osaltaan siitä, että vaikka Itä-länsi-ottelulla on tietyt vakiokatsojat, löytyy myös uusia kokeilijoita, jotka lähtevät seuraamaan tapahtumaa. Tämän vuoksi on tärkeää että tapahtumassa huomioidaan myös lajia tuntemattomat katsojat. Kansallislaji pesäpalloa lienee jokainen ainakin koulussa joskus pelannut, joten säännöt perusteiltaan lienevät suurelleen yleisölle suhteellisen tutut. Erityisesti tässä tapauksessa, kun tapahtuma järjestettiin Sotkamossa, suurin osa uusista kokeilijoista lienee ollut sotkamolaisia, jotka tuntevat pesäpallon säännöt. Uusiutuneet pelitavat lienevät

kuitenkin varsin monelle lajin ulkopuoliselle ihmiselle vieraita, joten niistäkin on tärkeää kertoa yleisölle.

8.1 Tapahtumapaikalle saapuminen ja sieltä poistuminen

Tapahtumaan tultiin pääasiassa (73 %) siksi, että oltiin kiinnostuneita kyseisestä lajista. Hieman yli kymmenesosaa vastaajista Itä-länsi-ottelu kiinnosti tapahtumana. Peräti 80 % saapui tapahtumapaikalle henkilöautolla, mikä on tärkeä huomata autojen paikoitusta suunniteltaessa. Joskin tapahtumapaikalla lienee huomattava vaikutus siihen, miten tapahtumapaikalle saavutaan. Voisi olettaa, että seuraavan Itä-länsi-ottelun järjestäjillä (Oulu) ei olisi niin suurta huolta tapahtumapaikalle henkilöautolla saapuvista kuin Sotkamossa.

Lähes kaikki vastaajat (95 %) pitivät paikalle tuloa helppona. Kuitenkin tyytymättömyyttäkin esiintyi, ja jo tämän kysymyksen vastauksissa viitattiin seuraavaan kysymykseen, joka koski opastusta tapahtumapaikalle. Ne, jotka olivat pitäneet tapahtumapaikalle saapumista vaikeana, perustelivat sitä muun muassa seuraavin tavoin: *"Ei riittävästi parkkipaikkoja"*, *"Ulkopaikkakuntalaisena ei ollut tietoa, missä stadion on"* ja *"Parkkipaikka hukassa, opastukset puuttuvat"*

Suuri osa pesäpalloväestä varmaankin tietää Sotkamon perinteikkään pesäpallostadionin sijainnin, mutta lajia tuntemattoman tai siellä muuten vain ensimmäistä kertaa vierailevan ei voi olettaa tietävän, missä stadion on. Allekirjoittanut saapui paikalle bussilla, ja asema on lähellä stadionia. Seurue ei havainnut opastusta, mutta ystävällisiltä paikallisilta kysymällä selvisivät niin stadionin, hotellin kuin Jymyn toimistonkin sijainnit.

Opastus tapahtumapaikalle oli suurimman osan (72 %) mielestä riittävää, mutta huomattavan suuri osa (11 %) piti sitä riittämättömänä. Luonnollisesti lähiseudulta (Sotkamo ja lähin kaupunki Kajaani) tulleiden mielestä opastus oli riittävämpää kuin muualta tulleiden mielestä. Opastusta piti riittävänä muualta tulleista 71 %.

Riittämättömänä sitä piti 14 %. Kun yli kymmenesosa vastaajista oli sitä mieltä, että opastus oli riittämätöntä, on se varmaankin asia, johon on syytä kiinnittää huomiota. Varsinkin, kun opastus, tai lähinnä sen puuttuminen, oli kirvoittanut monia samantyyppisiä kommentteja: *”Mikä opastus?”*, *”Miksi Kajaanista ei ollut opastusta Sotkeroon? Joensuuta kyllä löytyy, mutta mistäs sen tietää, että täytyy mennä Joensuuta kohti, että pääsee Sotkeroon!”*

Parkkipaikalta poistuminen koettiin hankalammaksi kuin sinne saapuminen, mikä ei yllätä ainakaan itsekin sunnuntai-iltapäivän ruuhkan kokenutta. Näihinkin parkkipaikalle tuloa ja sieltä poistumista koskeneisiin kysymyksiin vastanneet pitivät molempia suurelta osin sujuvina, mutta silti tyytymättömien osuus oli myös merkittävä. Parkkipaikalle tulon koki hankalaksi 11 % vastanneista, ja sieltä poistuminen ei ollut sujuvaa peräti 16 %:n mielestä. Parkkipaikalle tulon hankalaksi kokeneet olivat kommentoinet saapumisen vaikeutta esimerkiksi seuraavasti: *”Vähän paikkoja, ei ohjausta”*, *”Ainoa reitti tukossa. Järjestelyt huonot. (Ei ollut mitään erityisjärjestelyjä!?)”*. Olipa eräs vastaaja sitäkin mieltä, että *”Mille parkkipaikalle?!? Eihän siellä ole mitään parkkipaikkaa.”*

Eikä Sotkamon pesäpallostadionilla varsinaista omaa paikoitustilaa itse asiassa olekaan. Parkkipaikalta poistumisen vaikeuden koettiin usein johtuneen puutteellisesta liikenteenohjauksesta: *”Kaikki puuroutui samaan risteykseen”* ja *”En nähnyt ohjattuja paikkoja”*. Kuitenkin osa vastaajista oli myös sitä mieltä, että kyseessä oli vain *”Normaali ruuhka”*.

Matka parkkipaikalta koettiin lähes yksiselitteisesti (92 %) sopivaksi. Parkkipaikan turvallisuutta koskenut kysymys osoittautui turhaksi, sillä vain 3 % oli kokenut parkkipaikan turvattomaksi. Peräti 14 % ei ollut osannut ilmaista kantaansa, mikä voi johtua osaltaan siitä, että vastaaja oli palauttanut kyselyn jo tapahtumapaikalla eikä siinä vaiheessa luonnollisestikaan osannut sanoa, missä kunnossa auto parkkipaikalla oli tai oliko se ylipäätään siellä enää.

8.2 Tyytyväisyys tapahtumatyöntekijöihin

Lipunmyynti toimi sujuvasti, sillä 93% koki saaneensa lipun ongelmitta. Kuitenkin 7% vastanneista näki lipunmyynnissä ongelmia. Lipunmyynnin ongelmia kommentoitiin määrällisiin tuloksiin nähden yllättävänkin usein. Kommentit olivat muun muassa seuraavanlaisia: *"2h jonotus"*, *"Pitkä toimitusaika, kun tilasi Internetin kautta "*, *"Stadionilla ei myyty tapahtuman yhteislippuja –miksihän? Piti talsia Jymyn toimistolle ja takaisin."*, *"Pakkomyynti pelaa!! Yksittäisiä ottelulippuja kaipailivat muutkin..."* ja *"Liput olivat aivan liian kalliita, rahat olivat loppu (koko perhe melkein 500:-)"*.

Stadionilla kuuli varsin usein kommentteja juuri edellä mainitusta yksittäislippujen puutteesta. Tietenkin on ymmärrettävää järjestäjien kannalta, että halutaan kytkeä naisten ja miesten pelit suurta yleisöä vähemmän kiinnostaviin tyttöjen ja poikien peleihin. Kuitenkin katsojasta tuntuu turhalta maksaa molemmista peleistä, vaikka ei aikosi nuorten peliä seurata, siitäkin huolimatta, että hinta tuskin olisi juurikaan toinen, vaikka kyseessä olisikin pelkkä naisten tai miesten peli. Markkinointi olisi siis voitu toteuttaa paremmin. Toimivampi tapa voisi olla se, että nuorten peleihin myytäisiin erillisiä lippuja. Aikuisten ottelun lipun hinnat voisivat olla vaikkapa samat kuin yhdistelmässäkin, mutta yhdistelmän sijaan sanottaisiinkin, että aikuisten pelin lipulla pääsee maksutta seuraamaan myös kyseisen päivän nuorten peliä, johon muuten olisi erillinen, aikuisten ottelua pienempi pääsymaksu.

Sukupuolten väliltä ei löytynyt merkittäviä eroja suhtautumisessa tapahtumatyöntekijöihin. Tyytyväisten naisten osuus kaikkien työntekijäryhmien osalta oli hiukan tyytyväisten miesten osuutta pienempi. Kuitenkin naiset eivät osanneet ilmaista kantaansa yhtä usein kuin miehet, joten tyytymättömien miesten osuus oli suurempi kolmen työntekijäryhmän osalta, kun taas tyytymättömien naisten osuus oli suurempi kahdessa tapauksessa. Mielenkiintoisimpia sukupuolieroja olivat tyytymättömien miesten kymmenen prosentin osuus ravintolahenkilökuntaa arvosteltaessa, kun naisten vastaava osuus oli kahden prosentin luokkaa. Toisaalta myös "En osaa sanoa" –vaihtoehdon valinneiden osuudet olivat suuret: miehistä 16 % ja naisista peräti 29 %. Erot saattavat kertoa siitä, että naiset käyttivät ravintolapalveluita

miehiä vähemmän, eivätkä siksi pystyneet vastaamaan kysymykseen niinkään usein kuin miehet.

Jonkin verran eroja saatiin, kun verrattiin ensikertalaisten ja vähintään toista kertaa Itä-länsi-ottelussa olleiden mielipiteitä. Ensimmäistä kertaa tapahtumassa olleet olivat järjestysmiehiin tyytymättömämpiä kuin vähintään toisessa Itä-länsi-ottelussaan olleet. Tyytyväisten ensikertalaisten osuus oli 79 %, kun taas konkareissa vastaava osuus oli 91 %. Tyytymättömien määrän suhteen ero ei ollut merkittävä. Ravintolahenkilökuntaan tyytyväisten osuus oli viitisen prosenttiyksikköä suurempi useammin käyneillä kuin ensikertalaisilla. Kuitenkin useammin käyneet olivat ravintolahenkilökuntaan myös tyytymättömämpiä kuin ensikertalaiset. Kuuluttajan osalta ”EOS” -vaihtoehdon valinneiden osuus jäi molemmissa vastaajaryhmissä alle kuuteen prosenttiin, joten siitä mielipide osattiin kertoa. Useammin ottelussa käyneet osasivat nähtävästi vaatia kuuluttajalta hieman enemmän, sillä he olivat vertailuryhmää tyytymättömämpiä. Useamman kerran käyneistä 13 % oli tyytymättömiä kuuluttajaansa, kun ensikertalaisista tyytymättömien osuus jäi alle kymmeneen prosenttiin. Kokonaisuudessaankin ryhmien välinen suurin ero oli se, että useamman kerran käyneet ilmaisivat mielipiteensä useammin kuin ensikertalaiset, jotka puolestaan konkareita useammin valitsivat ”en osaa sanoa” -vaihtoehdon.

Tutkimuksessa verrattiin myös tapahtuman lähiseudulta ja muualta tulleiden katsojien eroja. Ennakko-oletus oli, että lähiseudun asukkaat saattaisivat suhtautua tapahtumaan ylipäättään hiukan muita positiivisemmin. Ensiksikin siitä syystä, että he tietävät tapahtuman merkityksen kotiseudulle ja suhtautuvat siihen periaatteessakin hieman muita positiivisemmin. Mikäli kysely olisi tehty tapahtumasta ylipäättään kenelle tahansa ohikulkijalle vaikkapa kaupassa, olisi esiin saattanut tulla enemmänkin kritiikkiä. Mutta koska kysely suoritettiin tapahtumapakalla olleille, olivat tapahtuman suhteen kriittisimmät ihmiset varmaankin toisaalla. Toinen syy, minkä vuoksi lähiseudun asukkaat olisivat voineet olla vastauksissaan muita positiivisempi, on yksinkertaisesti se, että he tiesivät, mitä tuleman pitää ainakin puitteiden osalta. Heille stadion oli tuttu, eikä heillä todennäköisesti ollut epärealistisia ennako-odotuksia. Muutoinkin on mahdollista, että kritiikin antaminen ”oman kylän ihmisille” on vaikeampaa kuin vieraiden ihmisten työn arvostelu.

Muualta tulleet olivatkin kaikkiin työntekijöihin tyytymättömämpiä kuin lähiseudun asukkaat. Suurimmat erot olivat suhtautumisessa kuuluttajaan. Lähiseudun asukkaista 93 % ja muualta tulleista 79 % oli tyytyväisiä kuuluttajaan. Vastaavasti kolme prosenttia lähiseudulla asuvista vastanneista ja 15 % muualta tulleista vastaajista olivat häneen tyytymättömiä. Järjestysmiesten osalta on mielenkiintoista havaita, että yksikään lähiseudulta tullut vastaaja ei ollut heidän toimintaansa tyytymätön, kun taas muualta tulleista lähes kymmenesosa oli sitä mieltä, että he olisivat voineet hoitaa työnsä paremmin.

Tapahtumatyöntekijöitä pidettiin yleisimmin palvelualttiina tai ystävällisinä, sillä sen mainitsi ensimmäisenä (kysymys oli avoin) 59 %. Seuraavia olivat asiallisuus ja ”pieniä virheitä”. Kokonaisuutena työntekijöihin oltiin erittäin tyytyväisiä, sillä ensimmäisistä maininnoista 79 % keskittyi positiivisiin ominaisuuksiin (palvelualttius, asiallisuus, ammattitaito). Yksittäisistä työntekijöistä tyytyväisimpiä oltiin järjestysmiesten toimintaan, sillä 89 % oli heihin tyytyväisiä. Tyytymättömien osuus oli 5 %. Toiseksi eniten tyytyväisiä (83 %) oltiin kuuluttajaan, joskin kuuluttajaan tyytymättömienkin osuus oli varsin korkea (12 %). Kuuluttaja lienee niin näkyvässä roolissa, että hänen toimintaansa ollaan kärkkäimpiä puuttumaan. Tämä kertoo myös kuuluttajan merkityksestä tapahtuman kannalta: ainakin hänen toimintansa huomataan niin hyvässä kuin pahassa. Jokaisen osa-alueen työntekijöiden voidaan katsoa onnistuneen ainakin siinä mielessä, että heikoimmillaankin (esiintyjät) heihin oli tyytyväisiä vähintään 63 %. Muutamat vastaajat olivat kokeneet työntekijöiden kiireen ongelmaksi: *”Tuntu välillä, että on niin kiire, että palvelualttius katosi (esim. makkaranmyynti). Järkkärit olivat liian kärkkäitä, tai yksi ainoastaan”*. Erityistilanteitakin oli jäänyt mieleen: *”Oli hauskaa kun lipuntarkastaja sanoi tervetuloa”*. Kehitystäkin oli joidenkin vastaajien mukaan tapahtunut: *”Työntekijöiden palvelualttius ja ystävällisyys parantunut Sotkamossa huomasti viimeisen viiden vuoden aikana”*.

Mielipide tapahtumatyöntekijöistä vaihteli jonkin verran eri ryhmissä. Miesten mielestä työntekijät olivat ennen muuta palvelualttiita tai ystävällisiä, toiseksi ammattitaitoisia ja kolmanneksi heillä esiintyi pieniä virheitä. Naisilla vastaava järjestys oli palvelualttiita tai ystävällisiä, pieniä virheitä ja asiallisia. Ensimmäistä kertaa tapahtumassa olleet pitivät työntekijöitä palvelualttiina tai ystävällisinä, ammattitaitoisina ja asiallisina.

Vähintään toista kertaa tapahtumassa olleet puolestaan mainitsivat eri ominaisuuksia yleisyysjärjestyksessä: palveluaittiita tai ystävällisiä, pieniä virheitä ja asiallisia.

Kun verrattiin sotkamolaisten ja kajaanilaisten mielipidettä muiden vastaajien mielipiteisiin, huomattiin, että lähiseudun asukkaat eivät kertaakaan kommentoineet työntekijöitä sanalla heikko, kun muun paikkakuntalaisilla nämä maininnat olivat neljä prosenttia kaikista heidän maininnoistaan. Molemmat ryhmät olivat kuitenkin sitä mieltä, että työntekijät olivat erityisesti palveluaittiita tai ystävällisiä. Myös kolmannelle sijalle ryhmät asettivat saman asian, asiallisuuden. Toiseksi eniten mainittu ominaisuus oli ryhmillä kuitenkin eri: paikkakuntalaiset mainitsivat toiseksi useimmin ammattitaidon, kun vieraspaikkakuntalaisilla toiseksi eniten mainintoja saanut ominaisuus oli ”pieniä virheitä”.

8.3 Hyvän urheilutapahtuman ominaisuuksia

Hyvän urheilutapahtuman piirteitä kysyttiin katsojilta avoimella kysymyksellä ”Millainen on hyvä urheilutapahtuma?” Vastaukset luokiteltiin 11 luokkaan: paljon ihmisiä, oheistapahtumat, urheilulliset tekijät (hyviä suorituksia), kannustava yleisö, aikataululliset tekijät, hyvä sää, palvelut, hyvä kuuluttaja, näkyvyys/kuuluvuus, oman joukkueen menestys ja muu. Ensimmäisenä olivat useimmat (40 %) maininneet urheilulliset tekijät. Toiseksi eniten ykkösmainintoja keräsi kannustava yleisö, jonka mainitsi ensimmäisenä lähes viidennes vastaajista. Useimmiten toisena (21 %) mainittiin oheistapahtumat ja kolmantena (31 %) palvelut.

Kun lasketaan yhteen ensimmäisenä, toisena ja kolmantena mainitut seikat, päästään kenties lähemmäksi totuutta kuin mainintoja erikseen tarkasteltaessa, sillä vastaajia ei pyydetty laittamaan ominaisuuksia järjestykseen. Tällöin tärkeimmäksi tekijäksi nousivat niinkään urheilulliset tekijät, jotka mainitsi 27 % vastanneista. Seuraavana tulivat kannustava yleisö, oheistapahtumat ja palvelut. (Taulukko 2) Näin ollen voi sanoa, että järjestyksen suhteen on sama, tarkastellaanko mainintoja kokonaisuudessaan vai ensimmäisenä, toisena ja kolmantena mainittuja asioita erikseen.

Taulukko 2. Vastaajien mielestä tärkeimmät hyvän urheilutapahtuman ominaisuudet

Ominaisuus	Vastausten lukumäärä	Osuus vastanneista (%)
Urheilulliset tekijät	161	27
Kannustava yleisö	94	16
Oheistapahtumat	76	13
Palvelut	74	13

Oheistapahtumat ja palvelut nousivat yllättävänkin korkealle. Säätekijöiden puolestaan olisi luullut olevan tärkeämpiäkin ulkolajin kyseessä ollessa. Ilmeisesti pesäpalloihmiset ovat oppineet hyväksymään sen, että välillä Itä-lännessäkin paistaa ja välillä sataa. Voi olla, että muille kuin laji-ihmisille sää on tärkeämpi tekijä. Ainakin lähellä asuvat varmaankin lähtevät usein hyvän sään innostamina katsomaan, mitä kentällä tapahtuu, kun taas vesisateella ja kylmällä ilmalla ei viitsi lähteä ulos stadionille palelemaan. Oman joukkueen menestyksen vähäinen merkitys oli myös yllättävää. Voi tosin olla, että vaikka kysymyksessä kysyttiin yleisesti urheilutapahtumaa, vastaajat ajattelivat tässäkin lähinnä Itä-länsi-ottelua, jossa oma joukkue ei ole niin henkilökohtainen asia kuin kenties seurojen välisissä peleissä. Silloin oman joukkueen menestyksellä voisi kuvitella olevan enemmänkin merkitystä. Esimerkiksi jos oma joukkue jatkuvasti menestyy todella huonosti, saattavat katsojat alkaa kaikota menestyksen puutteenkin ja ennen kaikkea huonojen esitysten vuoksi. Menestyminen ei ehkä sinällään ole ratkaisevaa, vaan lähinnä joukkueen esiintyminen kokonaisuudessaankin. Hävitäkin voi tyylillä.

”Muu” –vaihtoehdossa oli sekalainen joukko ominaisuuksia, joista useammin kuin kerran mainittiin seuraavat tekijät: *joukkuelaji, oheismusiikkia, hyvät puitteet, hyvin järjestetty, hyvä pelihenki kentällä, mielenkiintoinen laji, positiivinen, ei rahastuksen makua, urheilu pääasiana ja työntekijöiden positiivinen asenne*. Muita mielenkiintoisia kommentteja olivat muun muassa: *savuton katsomo, urheilijoissa henkilöitä jotka kannustavat yleisönkin mukaan, tuo kyseisen lajin positiiviset puolet esiin, viinan myynti pois urheilutapahtumista, markkinatunnelmainen ja mediaa kiinnostava*.

Miehet mainitsivat hyvän tapahtuman ominaisuudet järjestyksessä urheilulliset tekijät, oheistapahtumat ja palvelut. Naisilla järjestys oli hieman toisenlainen. Heillekin tärkeintä olivat urheilulliset tekijät, mutta toiseksi useimmin he olivat maininneet kannustavan yleisön ja kolmantena oheistapahtumat. Tapahtumassa käyntien

lukumäärän perusteella vastaajia jaoteltaessa ensikertalaisten järjestys ominaisuuksille oli urheilulliset tekijät, kannustava yleisö ja palvelut. Konkareilla oli ensimmäisenä ensikertalaisten tapaan urheilulliset tekijät ja toisena kannustava yleisö, mutta he olivat sijoittaneet kolmanneksi oheistapahtumat. Sen sijaan lähiseudun asukkaiden ja muualta saapuneiden katsojien mielipiteet hyvän urheilutapahtuman ominaisuuksista olivat täysin samanlaiset: molemmat ryhmät pitivät tärkeimpänä tekijänä urheilullisia seikkoja, toiseksi tärkeimpänä kannustavaa yleisöä ja kolmanneksi tärkeimpänä oheistapahtumia. Kokonaisuutena voi sanoa oheistapahtumien nousseen maininnoissa yllättävänkin korkealle. Koska useammin tapahtumassa käyneet arvostivat oheistapahtumat ensikertalaisia korkeammalle, voisi sen ajatella johtuvan ainakin kahdesta eri syystä. Ensiksikin ensikertalaiset ovat usein tyytyväisiä pelkkään urheiluantiin, hehän todennäköisesti tulivatkin katsomaan, mikä tapahtuma oikein on, eivätkä osaa mitään muuta oikein vaatiakaan. Useammin käyneet lienevät yleensä niitä, jotka joka tapauksessa tulevat lähes aina seuraamaan tapahtumaa, mutta he kuitenkin haluavat jotain muutakin kuin pelkkiä pelejä, niin paljon kuin pesäpallo heitä kiinnostaakin. Toisaalta heille Itä-länsi-ottelu voi olla lähes vuoden kohokohta, jolloin ollaan myös lomalla. Ja lomallahan halutaan tietysti mahdollisimman paljon elämyksiä. Runsaan ja kiinnostavan oheisohjelman myötä tapahtumasta ja koko viikonlopusta saadaan mahdollisimman paljon irti samalla rahalla. Ihmiset ovat usein valmiit laittamaan paljonkin rahaa juuri tuohon yhteeseen viikonloppuun, sillä matkat voivat tulla hyvinkin kalliiksi eikä lipun hintojakaan voi pitää erityisen edullisina.

Kosken ja Latosen (1999) jalkapallotutkimuksessa todettiin yleisön merkitys suureksi. Siinä todettiin, että sekä urheilijoiden että katsojien viihtymiseen vaikuttavat suurelta osin toisaalta yleisömäärä ja toisaalta yleisön mukanaolo. He totesivat samalla myös sen, että Veikkausliigan otteluissa pelin seuraaminen on useimmiten passiivista ja että kannustus lisääntyy suosikkijoukkueen menestyksen myötä. (Koski & Latonen 1999, 20.) Juuri kannustuksen lisääntyminen menestyksen myötä on mielenkiintoinen ilmiö: silloin kun joukkue tai urheilija kaikkein eniten kaipaisi kannustusta, siis silloin kun hänellä/heillä menee huonosti, ovat kannattajat hiljaa ja antavat vastustajan kannattajien viedä koko shown. Onko niin, ettei suomalainen urheiluyleisö halua ottaa sitä riskiä, että joku näkee heidän olevan häviäjän puolella, ikään kuin olisi häviäjä itsekään?

Neljä viidesosaa vastanneista piti vuoden 1999 Itä-länsi-ottelua hyvänä urheilutapahtumana. Kuitenkin 15 % oli sitä mieltä, että kyseinen tapahtuma ei edustanut hyvää urheilutapahtumaa. Viimeksi mainitut olivat viitanneet usein perusteluissaan pesäpallon sopupelijupakkaan: *"Suosituummat henkilöt olivat poissa, syy kaikkien tiedossa"*. Myöskään sää ei varsinkaan sunnuntaina tarjonnut pesäpalloilevalle väelle parastaan, mikä oli latistanut monen osallistujan mielialaa: *"Vesisade latisti loputkin tunnelmasta, mitä sopupelijupakan jäljiltä oli jäljellä!"* Järjestelyistäkin löytyi monen mielestä parannettavaa: *"Järjestelyt ei oikein sujuneet"*, *"Ruokailu järjestetty huonosti"*, *"Lähes kaikkea oli. Syömispuoli oli kuitenkin niukkaa, koska kylän tarjonta oli niin niukkaa, ettei ottelutapahtumien välissä ennättänyt kunnolla syödä"* ja *"Sotkamo nähtiin jo viime kesänä, vaihtelu olisi virkistänyt. Sääkin kieltämättä latisti tunnelmaa"*. Yleensä kommentteja annettiin, kun oltiin johonkin asiaan tyytymättömiä. Kuitenkin hekin, jotka pitivät tapahtumaa hyvänä, perustelivat jonkin verran kantaansa: *"Paljon katsojia, hyvä selostus, jännittävä ottelu, hyviä yksilösuorituksia"*, *"Ammattitaitoista työtä"* ja *"Katsojat käyttäytyivät maltillisesti"*.

Naisista 13 ja miehistä 19 prosenttia ei pitänyt tapahtumaa hyvänä urheilutapahtumana. Mutta ensikertalaisten ja useammin käyneiden väliltä löytyi jo huomattavaakin eroa. Ensikertalaisista 87 % piti vuoden 1999 Itä-länsi-ottelua hyvänä urheilutapahtumana, kun useamman kerran käyneistä samaa mieltä oli 78 %. Ensikertalaisista tapahtumaa ei pitänyt hyvänä kuusi prosenttia, ja peräti 17 % useamman kerran mukana olleista oli sitä mieltä, että tapahtuma ei täyttänyt hyvälle urheilutapahtumalle asetettuja vaatimuksia.

On myös mielenkiintoista huomata, että vaikka lähiseudun asukkaat suhtautuivat työntekijöihin jonkin verran muita positiivisemmin, kuitenkin itse tapahtumakokonaisuuden arvioinnissa ei näiden ryhmien väliltä juuri löydy eroa. Lähiseudun asukkaat olivat tällä mittarilla mitattuna jopa hieman tyytymättömämpiä kuin muut katsojat, joskin erot olivat pieniä. Hyvänä urheilutapahtumana vuoden 1999 Itä-länsi-ottelua piti 79 % lähiseudun asukkaista ja 80 % muista osallistuneista. Tapahtumaa ei pitänyt hyvänä 15 % molempien ryhmien edustajista.

8.4 Tyytyväisyys tapahtuman eri osa-alueisiin ja alueiden vaikutus kokonaisarvioon

Kyselyssä selvitettiin katsojien mielipidettä tapahtuman eri osa-alueista (Taulukko 3). Vastaajat saivat arvioida yhteensä 16 aluetta asteikolla erittäin tyytymätön – erittäin tyytyväinen. Samoista 16 tekijästä pyydettiin myös arvioimaan niiden vaikutusta tapahtuman kokonaislaatuun.

Tyytyväisimpiä oltiin aikataulun pitävyyteen, tapahtumapaikan sijaintiin, tulospalveluun, toimintojen sujuvuuteen, otteluun, yleiseen siisteyteen, asiakaspalveluun ja kuulutukseen. Edellä mainituilla osa-alueilla erittäin ja melko tyytyväisten yhteenlaskettu osuus ylitti 80 %. Eniten tyytymättömyyttä olivat aiheuttaneet WC:t, oheisohjelma, tunnelma ja istuimet. Kaikilla mainituilla osa-alueilla erittäin ja melko tyytymättömien yhteinen osuus vastanneista oli yli 18 %. WC:isiin tyytymättömien osuus oli peräti 27 %, mikä on varsin merkittävä tulos, kun ottaa huomioon, että 23 % vastanneista ei osannut ilmaista kantaansa.

Taulukko 3. Erittäin ja melko tyytyväisten sekä erittäin ja melko tyytymättömien osuudet vastanneista osa-alueittain

Osa-alue	Tyytyväiset (%)	Tyytymättömät (%)
Aikataulun pitävyys	94	2
Tapahtumapaikan sijainti	91	4
Tulospalvelu	87	4
Toimintojen sujuvuus	87	4
Ottelu	84	10
Yleinen siisteys	84	5
Asiakaspalvelu	84	5
Kuulutus	84	10
Pelaajat	77	13
Muu yleisö	74	12
Musiikki	73	14
Istuimet	70	19
Tunnelma	65	19
Tarjottu ruoka ja juoma	60	13
WC	50	27
Oheisohjelma	38	23

WC:itä kommentoitiin muun muassa seuraavin tavoin: ”Kopeista näkyy toiseen koppiin. Ei kiva”, ”Jonotusta jonkin verran. Naisten WC-tilat kuulemma niukat”, ”Siivoamatta sunnuntaina”, ”Liian vähän eikä välillä siivottu tai edes lisätty paperia” ja ”Ikuinen

ongelma joka tapahtumassa: liian vähän WC-paperia.” Tarjottua ruokaa ja juomaa koskenutta vastausta perusteltiin esimerkiksi seuraavasti: *”Liian vähän ruokailupaikkoja”, ”Monipuolisuutta!”*, *”Kasvisruokailijat jatkossa huomioon”* ja *”VIP-teltoa. Tosi hyvä ruoka!”* Oheisohjelmaa pidettiin liian vähäisenä ja kalliina: *”Liian kallis”, ”Ohjelmaa olisi pitänyt olla paljon enemmän”* ja *”Ei ollut tauko-ohjelmaa”*. Mielenpaineet kuulutuksesta jakautuivat puolesta ja vastaan. Myös kuuluttajien vaihtuminen huomioitiin ja eri kuuluttajia kommentoitiin välillä hyvinkin yksityiskohtaisesti: *”Vaihteli”*, *”Joskus kuulutus jäljessä tapaht[umista]”*, *”Ammattitaitoa! Ei tod. ollut”*, *”Kannusti enemmän länttä!!!? Unohti vaihtaa paitaa idän kotivuorolla!”*, *”Kannusti sekä itää että länttä”* ja *”Selkeät äänet, tilanteen tasalla (erit. Inga Ärnfors superhyvä)”* .

Muun yleisön käyttäytymistä pidettiin enimmäkseen turhan vaisuna, mutta asiallisena: *”Asiallista porukkaa, ei häiritsijöitä tms.”*, *”Muuten hyvä, mutta tupakoivat häiritsivät”*, *”Liian vähän ja hiljaista”*, *”Älytön `kuolee` –ulina on vähentynyt!”*, *”Perusteettomia huutajia ei jaksa kuunnella...”* ja *”Ei kannustusta, ei fiilistä”*. ”Tunnelma” -kohdassa kommentoitiin niinkään vaisuhkoksi jäänyttä yleisöä ja ylipäätään yleisön vähäistä määrää. Lisäksi tässäkin yhteydessä vedottiin sopupelisoitkuun ja säähän: *”Sopupelijupakka sotki”*, *”Itä oli liian hyvä, mikä latisti tunnelmaa ainakin siihen asti kun tätä kirjoitin”* ja *”Vesisade vei tunnelman.”* Eräs vastanneista oli tässä yhteydessä antanut oman tunnelmakaavansa: *”Yleisö + musiikki + pelit = tunnelma.”* Musiikkia osa toivoi lisää, osa halusi sen pois kokonaan. Toiset pitivät soitetuista kappaleista, kun taas osa oli sitä mieltä, että se oli vanhaa ja huonoa. Niinkään musiikin voimakkuus jakoi katsojat kahteen ryhmään: niihin, joiden mielestä musiikki oli liian kovalla ja niihin, joiden mielestä voimakkuus oli ollut sopiva. Kenenkään mielestä musiikki ei kuitenkaan ollut liian hiljaista.

Tapahtumapaikkaa pidettiin syrjäisenä, vaikka toisaalta stadionin ja paikkakunnan kauneutta kehuittiinkin. Stadionolosuhteitakin kommentoitiin: *”Vähän tuuli kävi ja sade kasteli.”* Yleistä siisteyttä pidettiin muuten hyvänä, mutta WC:iden heikkoutta valiteltiin tässäkin yhteydessä. Myös roska-astioita kaivattiin katsomoon lisää. Ottelua kommentoitiin jo useammassa kohdassa esiin tulleilla sopupelikysymyksillä. Naisten ottelun katsottiin olleen piristys: *”Naisten pelissä heijastuu pp:n iloa.”* Pelaajien kohdalla valiteltiin samoin huippujen puuttumista, mutta osa näki pelaajien sulkemisen

pesäpallon arvo-ottelusta positiivisena: *"Oikeat pelaajat olivat päässeet tapahtumaan, kiitos valitsijoille."*, *"Katso Sopupelit ry"*, *"Hieman tasoeroa jostain johtuen!"* ja *"Huiput puuttui"*. Joukkueiden muodostaminen sai positiivista palautetta: *"On hyvä, että jokaisesta Superpesis-joukkueesta on edustus"*. Myös pelaajat saivat osakseen kritiikkiä, sillä heitä pidettiin ylimielisinä: *"Omassa maailmassaan / ylimielisyys"*. Itkonen ja Kortelainen (1999) ovat kuvanneet, miten huippu-urheilutuotteen rakentaminen vaatii toisaalta entistä laajempaa yhteistyötä, mutta toisaalta taas ammattimaistumisen tuottama työnjako muuttaa uutisointia ja asioiden taustoittelua yksilöllisempään suuntaan. Pelaajien roolittuminen, yksilöllistäminen, korostuu niin valmennuksessa kuin markkinoinnissakin. Pelaajista tehdään kiinnostavampia kuvailemalla heitä persoonallisesti esimerkiksi kausijulkaisuissa. (Itkonen & Kortelainen 1999, 80.) Tämä osaltaan osoittaa pelaajien (tai muiden urheilijoiden) merkitystä koko urheilutuotteen kannalta. Ei voi pitää yhdentekevänä, miten urheilijat suhtautuvat yleisöön.

Asiakaspalvelua koskeneet kommentit olivat pääosin positiivisia, joskin palvelun katsottiin olleen hidasta, ja ruuhka-apulaisia olisi kaivattu lisää. Aikataulun katsottiin toimineen hyvin. Tulospalvelua kiiteltiin nopeudesta ja oikeasta sijainnista. Sen sijaan toivottiin, että tulostaulun toimintaa ja tietoja selitettäisiin katsojille pelin alussa: *"Ei tajua mikä taululla tarkoittaa mitään, vois selittää alussa"*. Toimintojen sujuvuutta kritisoitiin lauantain palkintojenjaon osalta. Tässäkin yhteydessä järjestäjiä pyydettiin huomioimaan "peruspalveluiden" saatavuus: *"Peruspalvelut järjestettävä!"*

Osa-alueista eniten kokonaislaatuun vaikuttivat ottelu, tunnelma, toimintojen sujuvuus, pelaajat ja aikataulun pitävyys. Kaikilla edellä mainituilla osa-alueilla erittäin paljon ja melko paljon –vastausten yhteenlaskettu osuus oli vähintään 80 %. Toisin sanoen kaikki edellä mainitut tekijät; ottelu, tunnelma, toimintojen sujuvuus, pelaajat ja aikataulun pitävyys ovat kokonaislaadun kannalta erittäin merkittäviä. Lähes 90 % vastaajista oli sitä mieltä, että ottelu itsessään vaikuttaa paljon tapahtuman kokonaisarvioon. Erityisen kiinnostavaa on huomata, että peräti 83 % on sitä mieltä, että tunnelma vaikuttaa kokonaisarvioon erittäin tai melko paljon. Kun tunnelmaa aletaan pilkkoa osiin, tulevat edellisen luettelon ulkopuolelta esiin ainakin yleisömäärä ja yleisön käyttäytyminen ja ottelun, pelaajien esiintymisen ja aikataulun pitävyydenkin merkitys korostuu entisestään.

Kosken ja Latosen (1999) tutkimuksessa tärkeimmiksi viihtyvyyttä parantaviksi puiteluokiksi todettiin sosiaalisuus, tunnelma, sää, äänitehosteet ja palvelut. Naiset pitivät palveluita hieman miehiä tärkeämpinä. Tärkeimmät viihtyvyyttä heikentävät puitetekijät olivat palvelut, katsomisympäristö, tupakointi, mainokset, liikenne ja äänitehosteet. Naisilla tupakointi oli kolmanneksi merkittävin viihtyvyyttä heikentävä tekijä, kun taas miehillä se ei mahtunut viiden useimmin mainitun tekijän joukkoon. Tässäkin tutkimuksessa urheilijoiden vuorovaikutus yleisön kanssa koettiin erittäin tärkeäksi viihtyvyyden kannalta. Erityisen tärkeää tämän katsottiin olevan uusille katsojille, jotka eivät ole lajia juurikaan seuranneet. Puitetekijöiden todettiin lisäksi vaikuttavan eniten silloin, kun ne olivat huonot. Tärkeimmiksi viihtyvyyttä parantaviksi lajielementtiluokiksi nousivat suosikit, taitopeli, huippuhetket, kamppailupeli, vauhti ja monipuolisuus, strategiapeli ja fair play. Tärkeimmät viihtyvyyttä heikentävät tekijät olivat puolestaan sikailu (unfair play), pelaajien välinpitämättömyys yleisöä kohtaan, tuomarityöskentely, strategiapeli ja kamppailupeli. On huomattava, että peräti 70% katsojista oli sitä mieltä, että pelaajien välinpitämättömyys yleisöä kohtaan heikentää viihtyvyyttä katsomossa. Lajielementit ovat tärkein viihtyvyyttä lisäävä tekijä, ja puitteet ovat suurin viihtymistä heikentävä tekijä. (Koski & Latonen 1999, 32-37, 47.) Kyseiset tutkimustulokset antavat aihetta uskoa, että pelaajien esiintymiseen todellakin on syytä kiinnittää jatkossa huomiota. Myös tupakoinnin kieltämistä tai ainakin rajoittamista olisi syytä harkita. Koska se kuitenkin on niinkin paljon viihtyvyyttä heikentävä tekijä, tulisi ainakin olla katsomonosia, joihin tupakansavu ei missään olosuhteissa pääsisi.

8.5 Jonottaminen tapahtumapaikalla

Peräti 54 % vastanneista oli joutunut tapahtumapaikalla jonottamaan jonnekin, ja 38 %:a heistä jonottaminen oli häirinnyt. Toisin sanoen lähes viidennes kaikista kyselyyn vastanneista oli häiriintynyt jonottamisesta. Kun vastanneista 192 oli joutunut jonottamaan jonnekin, oli WC:hen jonottaneiden määrä tästä peräti 122. Aiemmissa kohdissa esiin tulleet WC-valitukset huomioon ottaen voi sanoa että WC-tilanne oli katsojien kannalta heikko, ja siihen on syytä kiinnittää huomiota tulevaisuudessa. Seuraavaksi eniten oli jonotettu ruokaa, mutta maininnat siitä olivat vähäisempiä.

8.6 Kokonaiskuva tapahtumasta

Asennetta tapahtumaa kohtaan, positiivista tai negatiivista arviota siitä, aikooko tulla joskus muulloinkin seuraamaan Itä-länsi-ottelua, arvioitiin kahdella kysymyksellä. Tapahtumalle pyydettiin antamaan kokonaisarvosana yhdestä viiteen. Lisäksi kysyttiin, aikooko vastaaja joskus muulloinkin tulla seuraamaan Itä-länsi-ottelua. Viimeksi mainitun kysymyksen vastaus oli mahdollista myös perustella. Kokonaisarvion katsottiin olevan kaikkein merkittävin tekijä asiakastyytyväisyyttä mitattaessa. Tapahtuman yksittäisiin osa-alueisiin voidaan olla hyvinkin tyytymättömiä ja olla muutenkin sitä mieltä, että tapahtuma oli huonosti järjestetty, mutta silti voi olla jokin elementti, joka vetää seuraamaan tapahtumaa vuodesta toiseen. Esimerkiksi lajikiinnostuksen vuoksi huonot järjestelyt voidaan antaa anteeksi, jolloin asiakas kokee palvelun laadun huonoksi, mutta on siitä huolimatta tapahtumaan kokonaisuutena niin tyytyväinen, että aikoo tulla vastaisuudessakin.

Kokonaisarvosanan perusteella voi sanoa, että kyselyyn vastannet olivat tapahtumaan erittäin tyytyväisiä. Peräti 82 % vastanneista antoi arvosanaksi 4-5. Yleisin arvosana oli 4, jonka antoi 60 % vastanneista. Tämä kertonee vastaajien taipumuksesta välttää asteikkojen ääripäitä. Alle viidennes antoi arvosanaksi neljää heikomman. Annettujen

arvosanojen keskiarvo oli 4,0. Miesten antamien arvosanojen keskiarvo oli 3,9 ja lähiseudun asukkaiden 4,1. Kaikkien muiden ryhmien arvosanojen keskiarvo oli 4,0.

Tyytyväisyydestä tapahtumaan kokonaisuutena kertoo myös niiden vastaajien määrä, jotka kertoivat aikovansa tulla uudelleenkin seuraamaan Itä-länsi-ottelua. Heitä oli 90 %. Kysymyksen luonteesta johtuen ”En osaa sanoa” –vaihtoehdon valinneiden määrä oli melko korkea (8 %), mutta vain alle 2 % sanoi, ettei aio tulla enää seuraamaan Itä-länsi-ottelua. Suurin osa myönteisen vastauksen perusteluista korosti sitä, kuinka Itä-länsi-ottelu on perinne, josta ei voi luopua. Eri ryhmien vastauksia tarkasteltaessa ei niiden väliltä löytynyt merkittäviä eroja sen suhteen, aikoivatko he mahdollisesti tulla muulloinkin seuraamaan Itä-länsi-ottelua.

8.7 Vastaajien parannusehdotuksia järjestäjille

Avoimena kysymyksenä vastaajia pyydettiin antamaan parannusehdotuksia tapahtuman järjestäjille. Vastauksia saatiin yllättävänkin paljon, ja vastaukset olivat usein varsin perusteellisia. Vastaukset pystyttiin luokittelemaan viiteen luokkaan: palvelut ja palvelun laatu, oheisohjelma, lippujen hinnat ja hinnoittelu, urheilulliset seikat sekä muuta. Muuta –vaihtoehtoon ei vastauksia juurikaan jäänyt, lähinnä tässäkin yhteydessä joitakin katsomoissa tupakointiin ja tapahtumapaikan alkoholinmyyntiin liittyviä kommentteja. Palvelut ja palvelun laatu herätti eniten huomiota vastaajien keskuudessa, ja 119 vastaajaa oli tavalla tai toisella sivunnut tätä aihetta. Palveluihin ja palvelun laatuun liittyen saatiin muun muassa seuraavanlaisia parannusehdotuksia: *”Ruokahuoltoa kentälle, ettei sieltä tarvi poistua taukojen aikana.”*, *”Paremmat WC:t.”*, *”Aktiivisempi asiakkaiden palvelu ja iloisuus.”*, *”Yhteistyötä paikallisten pikaruokalojen kanssa, jotta saataisiin jonoja lyhyemmiksi ottelujen tauoilla.”*, *”Parkkitilaa lisää, lippupisteitä lisää, sadekatos, musa pienemmälle”*, *”Pienellä paikkakunnalla tulisi kaikkien yrittäjien huomioida ko. tapahtuma.”*, *”Miksi tapahtuman laatu on huonontunut teillä viime vuodesta romahdusmaisesti? Missä olutteltat, erilaiset kojut + muut vastaavat? Tapahtuma oli viime vuonna paljon parempi, luulin, että tasoa*

kuuluisi nostaa eikä laskea.” ja ”*Paremmat opasteet, esim. kartta ennakkolippujen yhteydessä*”

Useat vastaajat kiinnittivät huomiota myös koko paikkakunnan palvelutarjontaan, ja useat korostivatkin vastauksissaan järjestäjien ja yritysten yhteistyötä. Arvio tapahtumasta ei siis riipu pelkästään järjestelyistä tapahtuma-alueella, vaan myös muualla paikkakunnalla saadusta palvelusta.

Toinen vastauksista selkeästi erottuva luokka, joskin palveluita ja palvelun laatua huomattavasti harvemmin mainittu oli oheisohjelma. Oheisohjelmaan liittyviä kommentteja tuli ilmi 46 vastauksessa. Useimmiten toivottiin lisää oheisohjelmaa sekä tauoille että myös illaksi. Lisäksi toivottiin oheisohjelman laadun parantamista ja lippujen hinnan alentamista iltatapahtumiin: ”Tauko-ohjelmaan lajille ominaisia juttuja, myös pelaajat voisivat osallistua! Myös yleisö voi osallistua! Sekä valm[entajat], joukk[ueen]joht[ajat] yms.” ja ”Iltajuhlaa voisi kehittää edelleen monipuolisemmaksi (pelaajat paremmin esiin, juniorit ja tuomarit näytile!), liput opiskelijoille kohtuuhintaiseksi, taukokisat takaisin (kovin heitto yms.)!” Lajille ominaisen tauko-ohjelman vaatimuksen voisi katsoa soveltuvan mille tahansa tapahtuman järjestäjälle yleensäkin: kaikki toiminta on parasta silloin, kun se lähtee omista lähtökohdista. Muualta voidaan omaksua jotain hyviksi katsottuja asioita, mutta perustana tulee kuitenkin olla kyseisen, esimerkiksi lajin, ominaispiirteet.

Kolmas luokka sisälsi lippujen hintaan ja hinnoitteluun liittyvät vastaukset, joita antoi 27 vastaajaa. Lippujen hintojen toivottiin olevan alhaisempia, ja lisäksi toivottiin myös ottelukohtaisia lippuja. Neljänteen luokkaan sijoitettiin otteluihin liittyvät, urheilulliset seikat, joita otti esiin 21 vastaajaa. Niistä esiin nousivat jälleen kerran sopupeleihin liittyvät kommentit (tähän luokkaan tulivat ne kommentit, joissa muun muassa ehdotettiin, että kyseisenlaisten tapahtumien sattuessa Itä-länsi olisi parasta peruuttaa kokonaan, muunlaiset sopuilukommentit luokiteltiin ”muihin”). Moni toivoi myös monipuolisuutta järjestäviin paikkakuntiin: ”Ottelut vuorovuosin idässä ja lännessä. Sama järjestäjä puutuu touhuun”

Vastauksissa toivottiin myös selkeämmin toisistaan erottuvia pelipaitoja joukkueille, ehdotettiin Etelä-pohjoinen-ottelua Itä-lännen sijaan ja toivottiin pelaajavaihtojen

selkeämpää osoittamista yleisölle. Lisäksi ehdotettiin sääntömuutoksia A- ja B-nuorille, pelaajavalintajärjestelmien muuttamista ja koko tapahtuman mahduttamista kahteen päivään.

9 TULOKSET, KALEVAN KISAT

Vastaajista 53 % oli käynyt tapahtumassa lauantaina ja 68 % sunnuntaina. Joukossa oli siis myös niitä, jotka olivat olleet Kalevan Kisoissa sekä lauantaina että sunnuntaina. Vastaajista 14 % oli alle 20-vuotiaita, 19 % 21-30-vuotiaita, 16 % 31-40-vuotiaita, 22 % 41-50-vuotiaita, 20 % 51-60-vuotiaita ja 7 % yli 60-vuotiaita. Lomakkeen palauttaneista 5 % ei kertonut ikäänsä. Parhaiten edustettuja ikäryhmiä olivat 21-30-vuotiaat ja 41-60-vuotiaat.

Tutkimus näyttäisi tavoittaneen yhtä hyvin molemmat sukupuolet. Sukupuolensa kertoneista vastaajista 55 % oli miehiä ja 45 % naisia. Tulos ei liene kovinkaan kaukana yleisurheilutapahtuman todellisesta sukupuolijakaumasta, joten ainakin sukupuolittain tarkasteltuna otosta voidaan pitää edustavana.

Koska tapahtuma järjestettiin Seinäjoella, ei ole yllättävää, että suurin osa kyselyyn osallistuneista ja kotikuntakysymykseen vastanneista (194 henkilöä, 29 %) oli seinäjokelaisia. Toiseksi suurimman ryhmän muodostivat niinkään eteläpohjalaiset nurmolaiset, joiden prosentuaalinen osuus kysymykseen vastanneista oli 6 %. Seuraavina tulivat Vaasa (4 %), Helsinki (3 %) ja Ilmajoki (3 %). Tapahtuma veti puoleensa lähikuntien asukkaita, ja Helsingin nousu kärkinelikkoon selittynee sen asukasmäärän suuruudella. Postinumeroista edustetuim on niinkään Seinäjoen (keskustan) postinumero 60100.

Suurin osa vastaajista (62 %, 420 henkilöä) oli Kalevan Kisoissa joko ensimmäistä tai toista kertaa. (Taulukko 4) Yli neljännes vastaajista oli käynyt Kalevan Kisoissa aiemmin 2-5 kertaa. Yli viisi kertaa käyneiden osuuskin oli peräti kymmenesosa vastanneista. Yli 20 kertaa Kalevan Kisoihin osallistuneita löytyi vastaajien joukosta 13. Yksi vastaaja oli osallistunut tapahtumaan peräti 33 kertaa.

Taulukko 4. Aiemmissa Kalevan Kisoissa käyntien lukumäärä

Käyntikerrat	Lukumäärä	Osuus vastanneista (%)
0-1	420	62
2-5	191	28
>5	71	10
Yhteensä	682	100

9.1 Tapahtumapaikalle saapuminen ja sieltä poistuminen

Tapahtumaan saavuttiin pääasiallisesti siksi, että oltiin kiinnostuneita kyseisestä tapahtumasta (48 %). Seuraavaksi yleisimmät syyt olivat kiinnostuneisuus kyseisestä lajista (32 %), muu syy (12 %), kaverin houkutteluun taipuminen (5 %), perheen halu lähteä tapahtumaan (2 %) ja kiinnostuneisuus oheistapahtumista (1 %). Muu syy – vaihtoehdon alta löytyivät seuraavat yleisyysjärjestyksessä olevat vaihtoehdot: *sai ilmaisen lipun tapahtumaan, osallistui urheilijana, tuttava, sukulainen tai vastaava osallistui kisoihin, toimi joukkueenjohtajana, oli Urheiluliiton tehtävissä tai talkoolaisena, asui Seinäjoella, osallistui VIP-vieraana, yhteistyösopimuksen vuoksi tms. ja firma järjesti.*

Tapahtumaan saapumissyyn ja kotipaikkakuntakysymyksen perusteella voitaneen sanoa, että Kalevan Kisat vetää puoleensa järjestävän paikkakunnan ihmisiä, jotka kiinnostuvat paikkakunnallaan olevasta tapahtumasta ja ovat kiinnostuneita yleisurheilusta. Lisäksi tapahtuma houkuttelee vuosittain tapahtumapaikasta riippumatta varsinaisen lajisidonnaisen yleisurheilupiirin.

Vastanneista 67 % saapui tapahtumapaikalle henkilöautolla. Polkupyörällä tuli 17 % ja kävellen 10 % osallistuneista. Noin 7 % kysymykseen vastanneista saapui tilausajobussilla, julkisilla kulkuvälineillä (yleisimmin juna) tai muulla tavoin. Kysymys oli hieman huonosti laadittu, ja saattoi siksi hämmentää joitakin vastaajia, jotka olivat saapuneet paikkakunnalle esimerkiksi henkilöautolla ja stadionille vaikka kävellen. He eivät välttämättä tienneet, tarkoitettiinko tapahtumapaikalla paikkakuntaa vai stadionia, jota kysymyksen laatija oli tarkoittanut.

Suurin osa vastaajista (91 %) oli sitä mieltä, että tapahtumapaikalle oli ollut helppo tulla. Lähes kymmenesosan mielestä tapahtumapaikalle tuleminen ei ollut helppoa. Opastusta tapahtumapaikalle piti riittävänä 77 %. Opastusta piti riittämättömänä 16 %, ja 7 % ei osannut sanoa kantaansa. Koska 16 % vastaajista piti opastusta riittämättömänä, on se varmastikin asia, johon on syytä kiinnittää huomiota, erityisesti kun muualta kuin Seinäjoelta tulleista 21 % oli sitä mieltä, että opastus oli ollut riittämätöntä. Opasteita tulisi näkyä, lähestyipä kaupunkia ja stadionia mistä suunnasta hyvänsä. Autoilijoiden tieopasteita tulee olla parkkipaikalle. Lisäksi on oltava kävelyopasteita stadionille sekä parkkipaikalta että eri puolilta kaupunkia. Kävelyopastuksessa on kiinnitettävä erityistä huomiota rautatie- ja linja-autoasemalta sekä eri majoituspaikoista lähtevään opastukseen. Vastaajista 82 % katsoi parkkipaikalle tulon olleen sujuvaa, kun taas 11 % koki, ettei se ollut sujuvaa. Tässäkin kysymyksessä 7 % ei osannut sanoa mielipidettään. Parkkipaikalle tulon vaikeuden perusteltiin johtuneen liian vähäisestä parkkipaikkojen määrästä. Ei ole lainkaan yllättävää, että seinäjokelaisista paikalle saapuminen ei ollut ollut sujuvaa vain vajaan kahden prosentin mielestä. Sen sijaan kymmenen prosenttia muualta tulleista oli sitä mieltä, että paikalle tulo ei ollut ollut helppoa. Parkkipaikalta poistuminen oli sujuvaa 88 %:n mielestä, ja 4 % ei pitänyt sitä sujuvana. Mielipidettään ei osannut ilmaista 7 % vastaajista. Ruuhkan todettiin hankaloittaneen parkkipaikalta poistumista.

Parkkipaikan turvallisuuteen liittynyt kysymys osoittautui hiukan turhaksi, sillä 79 % piti parkkipaikkaa turvallisena, 2 % turvattomana ja peräti 18 % ei osannut sanoa. Kysymys oli tällaiseen tiedonkeruumenetelmään heikosti soveltuva, sillä tuskinpa ihmiset osasivat ottaa kantaa parkkipaikan turvallisuuteen kesken tapahtuman, kun harva oli varmaan vielä autollaan edes käynyt, ellei arvioinut esimerkiksi edellisen päivän tilannetta. Matkaa parkkipaikalta stadionille pidettiin sopivana (90 %). Kuitenkin 7 %:n mielestä se oli liian pitkä.

9.2 Tyytyväisyys tapahtumatyöntekijöihin

Lipunmyynti toimi kokonaisuudessaan hyvin, sillä 93 % sanoi, ettei lipun saamisessa ollut ongelmia. Vastaajista 7 % oli kohdannut ongelmia lipun saamisessa. Melko pienestä tyytymättömien prosentiosuudesta huolimatta lipunmyynnin sujuvuuteen on silti vastaajien kommenttien perusteella syytä kiinnittää huomiota. He, joilla oli ollut ongelmia lipun saamisessa kuvailivat ongelmia seuraavasti: *"Ei saanut A-katsomoon", "Pe oli ongelmia", "Halvimmat liput loppuunmyyty, ei ole tarkoituksenmukaista maksaa perjantaina tunnin (viimeisen) sisäänpääsystä 80mk", "C-katsomon lipunmyynnissä ongelmia", "Toisessa myytiin seisomapaikkoja, toisessa ei", "Aluksi ei ollut tietoa mistä lippuja yleensä saadaan", "A-katsomo liput loppuivat kesken", "Joka myyntipaikasta ei saanut lippuja kaikkiin katsomoihin →ylimääräistä kävelyä" ja "Lipunmyyjillä ei ollut tietoa lajien suorituspaikoista suhteessa katsomon osiin".* Erityisesti lipunmyyjien tietämättömyys lajien suorituspaikoista on paha puute, joka on kuitenkin helppo ratkaista. Ensinnäkin lipunmyyjille itselleen suorituspaikkojen ja katsomonosien on oltava selvät. Lisäksi jokaisessa lipunmyyntipisteessä tulee olla stadionin pohjapiirros, jossa näkyvät niin suorituspaikat kuin eri katsomonosatkin. Lipunmyyjien on lisäksi osattava sanoa, miten tilanne muuttuu, jos jokin laji esimerkiksi tuulen vuoksi toteutetaan poikkeavalla tavalla. Muutenkin kaikkien työntekijöiden tulee tietää tapahtuman yleispiirteet ja pystyä vastaamaan yleisimpiin esimerkiksi eri toimintapisteiden sijainteja koskeviin kysymyksiin.

Tyytyväisyys tapahtumatyöntekijöihin vaihteli jonkin verran toimipisteittäin. Lipunmyyjiin tyytyväisiä oli 80 % ja tyytymättömien osuus oli 5 %. Järjestysmiesten katsoi suoriutuneen hyvin tehtävästään 76 %, ja 8 %:lle vastaajista jäi järjestysmiesten toiminnasta kielteinen kuva. Ravintolahenkilökuntaan oli tyytyväisiä 60 %, ja tyytymättömyytensä ilmaisi vain 4 %. Ravintolahenkilökunnan osalta kuitenkin pistää silmään "ei osaa sanoa" -vaihtoehdon valinneiden runsas määrä, 36 %. Voi olla, että kyseiset vastaajat eivät olleet käyttäneet ravintolapalveluita. Kuuluttajaan tyytyväisten osuus oli 81 % ja tyytymättömien 12 %. Esiintyjien osalta voi olla, etteivät katsojat tienneet, ketä esiintyjillä tarkoitettiin, sillä peräti 55 % ei osannut ilmaista kantaansa. Toisaalta, kun oheisesiintyjä tapahtumapaikalla oli vain vähän, eivät kaikki nähneet ketään esiintyjä, elleivät olleet paikalla koko päivää. Muutoinkin esiintyjä-käsite on

tässä tapauksessa hieman epäselvä, sillä on vaikea ajatella, lasketaanko esimerkiksi Maamme-laulun laulaja mukaan vai ei. Oheisesiintyjiin tyytyväisiä oli 38 % ja 7 % oli tyytymättömiä. Urheilijat saivat kaikkein suurimman kannatuksen vastaajien joukossa. 94 % oli heihin tyytyväisiä, ja vain 3 % oli toista mieltä.

Eri ryhmien välisiä mielipide-eroja tarkasteltaessa havaitaan, että miehet suhtautuivat kaikkiin työntekijäryhmiin naisia hieman kriittisemmin. Suurimmat erot tyytymättömien osuudessa olivat suhteessa kuuluttajaan ja esiintyjiin. Molemmissa tyytymättömien miesten osuus oli viisi prosenttiyksikköä suurempi kuin naisten vastaava osuus. Suurin tyytymättömien miesten osuus oli kuuluttajaa koskeneessa kohdassa. Miehistä 15 % oli tyytymättömiä kuuluttajaan. Naiset olivat niinkään tyytymättömiä kuuluttajan toimintaan. Tulos ei silti välttämättä tarkoita sitä, että kuulutus olisi ollut erityisen huonoa suhteessa muihin osa-alueisiin, vaan enemmänkin se kertoo kuulutuksen merkityksestä ja siitä, että siihen kiinnitetään huomiota. Toisaalta tyytymättömien osuudet olivat kuitenkin niin suuria, että kuulutuksen laatuun on syytä kiinnittää huomiota. Ensikertalaisten ja useammin Kalevan Kisoissa käyneiden väliltä ei juurikaan löytynyt eroa suhtautumisessa työntekijöihin. Ainoa vähänkin merkittävämpi ero oli vakiokävijöiden neljä prosenttiyksikköä ensikertalaisia suurempi kuuluttajaan tyytymättömien osuus. Kun Itä-länsi-ottelussa paikalliset arvioivat työntekijöitä muualta tulleita myönteisemmin, ei Kalevan Kisoissa vastaavaa ilmiötä huomattu. Lieneekö syynä pohjalainen suoruus, mutta kun arviota pyydettiin kuudesta eri ryhmästä, olivat seinäjokelaiset kolmessa tapauksessa kriittisempiä kuin muualta tulleet. Toisaalta tässä yhteydessä on syytä muistaa, että Seinäjoki on toki paikkana Sotkamaa suurempi ja Sotkamossa pesäpallo suhteessa huomattavasti isompi asia kuin yleisurheilu Seinäjoella. Sotkamolaisten mahdollisesti tunnepitoisempi suhtautuminen saattaisi selittyä tällä, varsinkin kun todellisuudessa ei ole kysymys erityisen merkittävistä eroista. Jos paikallisten ja muiden suhtautumisesta halutaan nostaa jotain esiin, olisi se muualta tulleiden viisi prosenttiyksikköä paikallisia asukkaita suurempi tyytymättömien osuus suhteessa kuuluttajaan. Tämä selittynee ainakin osittain sillä, että muualta tulleet olivat mahdollisesti paikallisia useammin varsinaisia yleisurheiluihmissä, jotka tuntevat lajielementit, urheilijat ja ennätykset ja luonnollisesti olivat täten kykenevämpiä arvostelemaan kuuluttajaa tässä mielessä.

Tapahtumaan osallistuneista kysyttiin myös yleistä mielipidettä. Vastaamista oli autettu kysymyksen jälkeen suluissa annetuilla muutamilla sanoilla (ystävällisyys, palvelualltius ammattitaito jne.). Avustamisesta huolimatta 272 osallistunutta jätti vastaamatta tähän kysymykseen. Kysymys oli tyypiltään autettu avoin kysymys, mutta vastaukset pystyttiin luokittelemaan onnistuneesti, sillä ”muu” -vaihtoehtoon ei tullut lainkaan merkintöjä. Jos jätetään huomiotta se, monentenako tietyt ominaisuudet mainittiin ja tarkastellaan pelkästään mainintojen yhteismäärää, päädytään seuraavaan järjestykseen: palvelualltius tai ystävällisyys 37 %, asiallisuus 31 %, ammattitaito 17 %, pieniä virheitä 8 %, heikko 4 %, lisää sympaattisuutta 3 % ja tiimi 1 %.

Miesten ja naisten mielipiteet tapahtumaan osallistuneista yleisesti vaihtelivat jonkin verran. Miesten mielestä osallistuneet olivat ennen muuta asiallisia, mutta myös palveluallttiita tai ystävällisiä ja lisäksi ammattitaitoisia. Naisten enemmistö piti osallistuneita palveluallttiina tai ystävällisinä seuraavina tulivat asiallisuus ja ammattitaitoisuus. Sillä mistä tapahtumaan oli tullut tai miten monta kertaa oli tapahtumassa ollut, ei ollut vaikutusta mielipiteisiin tapahtumaan osallistuneista.

9.3 Hyvän urheilutapahtuman ominaisuuksia

Hyvän urheilutapahtuman piirteitä kysyttiin avoimella kysymyksellä. Vastaukset luokiteltiin 11 luokkaan: paljon ihmisiä, oheistapahtumat, suorituksiin liittyvät tekijät, kannustava yleisö, aikatauluun liittyvät kysymykset, hyvä sää, palvelut, hyvä kuuluttaja, näkyvyys/kuuluvuus, oman suosikkiurheilijan menestys ja ”muu”. Osallistuneista 202 ei vastannut kysymykseen lainkaan, mikä pakottaa pohtimaan, miksi 30 % kyselyyn vastanneista jätti vastaamatta kyseiseen kysymykseen. Ehkä vastaajat kokivat siihen vastaamisen vaikeana tai kenties he eivät nähneet siihen vastaamista niin tärkeänä kuin yksityiskohtaisemmin Kalevan Kisoihin liittyneisiin kysymyksiin vastaamisen. Hyvän urheilutapahtuman tärkeimmäksi tekijäksi nousivat suorituksiin liittyvät (urheilulliset) tekijät, joita piti tärkeänä 28 % vastanneista. Seuraavina tulivat aikataululliset kysymykset, kannustava yleisö, muu, hyvä kuuluttaja, hyvä sää, paljon ihmisiä, palvelut, oheistapahtumat sekä näkyvyys ja kuuluvuus. (Taulukko 5) ”Muu”-

vaihtoehtoon luokiteltiin seuraavia vastauksia: *tällainen, hyvät järjestelyt, hyvä asiakaspalvelu, rehti, reilu (urheiluhenki), kilpailu pääosassa, iloinen, pituus enintään 2h, kiinnostava laji, turvallisuus, iloisia ihmisiä, hyvää musiikkia, innostava tunnelma, huumoria mukana, rento, kohtuuhintainen, Kalevan Kisat, kesto 3,5h, savuton ilma katsomossa, ei olutta ja rähinöintiä, tyylikkyys, ottaa huomioon kaikki osallistujat, urheilijat tuttuja, hyvä saavutettavuus, innostava, sähkökkä, mielenkiintoinen, hyvin johdettu, paljon lajeja, hyvät ulkoiset puitteet, Eliittikisojen kaltainen, kansainvälinen, yleisöystävällinen, olympialaiset ja jossa on hyvä kannustusmusiikki.*

Taulukko 5. Vastaajien mielestä tärkeimmät hyvän urheilutapahtuman ominaisuudet

Ominaisuus	Vastausten määrä	Osuus kaikista vastauksista (%)
Suorituksiin liittyvät tekijät	226	28
Aikataululliset tekijät	142	18
Kannustava yleisö	106	13

On tärkeää tietää, mitä ominaisuuksia katsojat urheilutapahtumassa arvostavat. Se, että urheilulliset seikat nousivat tutkimuksessa päällimmäiseksi ei ole yllättävää, vaan kertoo siitä, että niille, jotka tapahtumaan ovat tulleet, ovat suoritukset tärkeitä. Toisaalta ei voida kuitenkaan ajatella, etteikö muilla tapahtuman osa-alueilla olisi vaikutusta tyytyväisyyteen, sillä kuitenkin muutkin piirteet toistuivat vastauksissa. Voisi sanoa, että tärkeintä on tapahtuma itsessään: jos laji kiinnostaa ja tapahtuma on lähellä kotia, sinne mennään ja suoritukset ovat keskeisin peruste tapahtuman onnistumiselle. Suoritusten keskeinen asema hyvän urheilutapahtuman ominaisuuksia lueteltaessa voi kertoa myös siitä, että sitä pidetään suotavana vastauksena, että todelliset urheiluihmiset erottuvat sillä, että heille tärkeää ovat vain tulokset. Voi myös olla, että urheilulliset syyt ovat niitä, jotka ensimmäisenä tulevat mieleen eikä ensimmäisenä osata muuta sanoa. Ensimmäisistä maininnoista 33 % oli suorituksiin liittyviä. Toisaalta aikatauluun liittyvät kysymykset ovat tärkeitä, ja kannustavan yleisön aiheuttaman tunnelma on myös tärkeää. Tästä tutkimuksesta ei kuitenkaan voida sanoa, onko koko yleisön kannustaminen itseisarvoista vai onko tärkeää ehkä se, että ilmapiiri katsomossa on kannustamiseen rohkaiseva. Aikataululliset seikat olivat toiseksi tärkeimpiä (16 %) myös ensimmäiseksi mainittuja vaihtoehtoja tarkasteltaessa. Toisena mainituista edelleen urheilulliset syyt ovat kärjessä 23 prosentilla, mutta toisena on kannustava yleisö (17 %) ja kolmantena aikatauluun liittyvät tekijät (13 %).

Miehet ja naiset olivat yhtä mieltä siitä, että urheilulliset tekijät ovat tärkeimpiä urheilutapahtuman onnistumiselle. Miehistä 33 % ja naisista 24 % oli tätä mieltä. Miehet pitivät toiseksi tärkeimpänä asiana aikatauluun liittyviä seikkoja, kun taas naiset arvostivat toiseksi eniten kannustavaa yleisöä. Tapahtumaan osallistumisten lukumäärä ei näyttänyt vaikuttavan mielipiteisiin hyvästä urheilutapahtumasta muuten kuin siten, että toiseksi ja kolmanneksi eniten mainitut ryhmät olivat päinvastaisessa järjestyksessä tapahtuman ensikertalaisilla ja siellä useammin käyneillä. Vähintään kerran aiemmin Kalevan Kisoissa käyneiden kolme useimmin mainittua seikkaa olivat yleisyysjärjestyksessä urheilulliset tekijät, aikataululliset tekijät ja kannustava yleisö. Ensimmäistä kertaa tapahtumassa olevat pitivät kannustavaa yleisöä hieman aikatauluseikkoja tärkeämpänä asiana. Se mistä tapahtumaan oli saapunut, ei vaikuttanut mielipiteeseen hyvän urheilutapahtuman ominaisuuksista.

Vuoden 1999 Kalevan Kisat koettiin hyväksi urheilutapahtumaksi. Peräti 89 % kyselyyn vastanneista piti tapahtumaa hyvänä. Seitsemän prosenttia ei pitänyt tapahtumaa esimerkkinä hyvästä urheilutapahtumasta. Myönteisesti suhtautuneet perustelivat mielipidettään seuraavasti: *"Selkeä aikataulu", "Fiilis oli hyvä", "Järjestelyt sujuivat hyvin ja sääkin oli kohtuullinen", "Helppo maallikonkin seurata", "Muutamia hyviä tuloksia ja jännittäviä lajeja" ja "Videotaulu oli hyvä. Oheistapahtumat olisi voineet olla värikkäämpiä, kaikki kuitenkin toimi joustavasti"*. Eräs osallistuja, joka ei osannut sanoa kantaansa, kritisoi järjestäjien suhtautumista juoksulajien edustajiin: *"Kalevan Kisat loppuivat kuin piirikunnalliset. Urheilullisesti täysin järjetöntä siirtää 1500m juoksua 2 minuuttia ennen lähtöä palkintojenjaon takia 40min. Muuten hyvin. Juoksijoita kohdeltiin kuin toisarvoisia kilpailijoita järjestäjien puolesta."* 1500 metrin juoksun viivästyminen yli puolella tunnilla oli paha virhe järjestäjiltä, ja se puhutti yleisöä laajasti. He, jotka eivät pitäneet vuoden 1999 Kalevan Kisoja hyvänä urheilutapahtumana, kommentoivat suhtautumistaan seuraavasti: *"Liian paljon tapahtumatonta aikaa", "Yksi päivä liikaa", "Tulospalvelu ja kuulutus ontuivat" ja "Liian pitkäväteinen"*.

Yleisurheilukisojen osalta aikataulun laatiminen on erittäin keskeinen osa kisojen onnistumisesta. On tärkeää saada lajit sujumaan siten, että pitkiä "tapahtumattomia" hetkiä ei pääsisi syntymään. Varsinkin nykyään, kun ihmiset ovat tottuneet seuraamaan yleisurheilua television koosteista, joissa tapahtuu koko ajan, voi koko päivän istuminen

ja hidastempoinen eteneminen tuntua puuduttavalta. Varsinkin, kun kaikki lajit eivät näy kaikkiin katsomon osiin juuri mitenkään. Tästä syystä taas videotaulut ovat tärkeitä, sillä muuten on helppo perustella itselleenkin kotiin jäämistä ja kisojen seuraamista televisiosta sillä, että paikan päällä lajit näkeekin huonommin.

Miehet olivat tätäkin mittaria käytettäessä hieman naisia kriittisempiä, mutta erot olivat hyvin pieniä. Samoin kotipaikkakunnan merkitys oli lähes olematon. Tapahtumassa käyntien lukumäärä ei käytännössä ollut lainkaan yhteydessä siihen, kokivatko katsojat vuoden 1999 Kalevan Kisat hyväksi urheilutapahtumaksi.

Kun kysyttiin parasta yleisurheilutapahtumaa, johon vastaaja oli osallistunut, saatiin hyvin eri tyyppisiä vastauksia. Toiset korostivat omaa osallistumista ja mainitsivat parhaaksi tapahtuman, jossa olivat olleet itse kilpailemassa. Kysymyksen (Mikä on paras yleisurheilutapahtuma, johon olette osallistunut?) voi tosin tältä osin johtaa harhaan. Vaikka kysymyksellä tarkoitettiin osallistumista missä tahansa roolissa, voi olla, että sen on tulkittu tarkoittavan nimenomaan osallistumista kilpailijana.

Eniten mainintoja saivat Kalevan Kisat ja Suomi-Ruotsi-maaottelu. Kalevan Kisat oli maininnut 102 ja Suomi-Ruotsi-maaottelun 100 vastaajaa parhaaksi yleisurheilutapahtumaksi, johon on osallistunut. Näistä vastauksista 46 koski nimenomaan vuoden 1999 Kalevan Kisoja ja osa vastaajista perusteli vastaustaan sillä, että kyseiset kisat olivat ensimmäinen yleisurheilutapahtuma, johon he ylipäätään olivat osallistuneet. Suomi-Ruotsi-maaottelun erinomaisuutta perusteltiin erityisesti sen tunnelmalla. Suomi-Ruotsi-maaottelun lukuun on laskettu kaikki Suomi-Ruotsi (ja Ruotsi-Suomi) -maaottelumaininnat, vaikka osassa niistä oli mainittu jonkin tietyn vuoden maaottelu. Seuraavina tulivat Helsingin EM-kisat, joiden vuosilukua ei ole eroteltu, sillä mainintoja tuli niin vuosiluvuilla kuin ilman (40 mainintaa), Helsingin MM-kisat (31) sekä EM- ja MM-kisat ja olympialaiset ylipäätään tai jotkin yksittäiset kisat (24 mainintaa, joista kaksi Helsingin olympialaisista). Muut maininnat vaihtelivat Ericsson GP:n ja Iitin lukion yleisurheilumestaruuskilpailujen välillä.

9.4 Tyytyväisyys tapahtuman eri osa-alueisiin ja alueiden vaikutus kokonaisarvioon

Kyselyllä selvitettiin katsojien tyytyväisyyttä tiettyihin tapahtumaan liittyviin osa-alueisiin (kuulutus, muu yleisö, toimintojen sujuvuus, tunnelma, asiakaspalvelu, oheisohjelma, musiikki, aikataulun pitävyys, WC:t, yleinen siisteys, istuimet, tulospalvelu, urheilutulokset, tarjottu ruoka ja juoma, tapahtumapaikan sijainti, urheilijoiden esiintyminen, videotaulu, pikajuoksut, kestävyysjuoksut, heittolajit ja hyppylajit). Vastausvaihtoehdot olivat erittäin tyytyväinen, melko tyytyväinen, en osaa sanoa, melko tyytymätön ja erittäin tyytymätön. Vastaukset sopivat hyvin yhteen sen kanssa, että tapahtumaa pidettiin muutenkin esimerkkinä hyvästä urheilutapahtumasta. Taulukossa 6 on esitelty tapahtuman eri osa-alueisiin erittäin ja melko tyytyväisten sekä erittäin ja melko tyytymättömien yhteenlasketut osuudet.

Taulukko 6. Erittäin ja melko tyytyväisten sekä erittäin ja melko tyytymättömien osuudet vastanneista

Osa-alue	Erittäin tai melko tyytyväisten osuus vastanneista (%)	Erittäin ja melko tyytymättömien osuus vastanneista (%)
Heittolajit	89	5
Tapahtumapaikan sijainti	89	4
Urheilijoiden esiintyminen	88	4
Yleinen siisteys	84	5
Videotaulu	83	10
Kuulutus	82	11
Toimintojen sujuvuus	80	7
Tulospalvelu	80	10
Muu yleisö	79	7
Aikataulun pitävyys	78	10
Tunnelma	78	9
Hyppylajit	77	8
Urheilutulokset	77	11
Asiakaspalvelu	75	8
Pikajuoksut	72	11
Kestävyysjuoksut	69	15
WC	48	15
Istuimet	47	36
Tarjottu ruoka ja juoma	44	14
Musiikki	35	30
Oheisohjelma	33	14

Tyytyväisimpiä osa-alueista oltiin siis tapahtumapaikan sijaintiin, heittolajeihin ja urheilijoiden esiintymiseen. Selkeästi tyytymättömmimpiä oltiin istuimiin ja musiikkiin. Mielipiteisiin eri lajiryhmistä kannattaa suhtautua jonkinlaisella varauksella sillä ne

tuskin kertovat kovinkaan paljon siitä, miten ne oli järjestetty. Lähinnä ne vastaajien kommenttienkin perusteella kertovat heidän omista mielipiteistään ja toisaalta lajiryhmien välisistä tasoeroista suomalaisessa yleisurheilussa. Voi myös pohtia, onko ylipäättään mielekästä nostaa samaan taulukkoon täysin erityyppisiä asioita, sillä tällöin syntyy helposti vertailuasetelma, vaikka taulukon tarkoituksena ei ole asettaa osa-alueita tai tekijöitä paremmuusjärjestykseen tai edes mitenkään vertailla niitä keskenään. Ne ovat vain tekijöitä, jotka ovat saaneet tiettyjä arvoja ja joita on kysytty samassa kysymyksessä ja jotka sen vuoksi on sijoitettu taulukkoon. Tekijät on sijoitettu taulukkoon tyytyväisten määrän mukaisen järjestykseen luettavuuden parantamiseksi. Osa-alueita voidaan jossain määrin verrata keskenään silloin, kun ne ovat selkeästi samantyyppisiä. Järkevämpää on kuitenkin vertailla tiettyä osa-aluetta kohtaan osoitettua tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä siihen, kuinka merkittäväksi katsojat kokivat kyseisen osa-alueen kokonaislaadun kannalta. Esimerkiksi suurinta tyytymättömyyttä aiheuttaneiden istuimien koki kokonaislaadun kannalta erittäin tai melko tärkeäksi 61 % ja musiikin 44 %. Parhaaksi koettu osa-alue, tapahtumapaikan sijainti oli melko tai erittäin tärkeä tekijä 72 %:lle vastanneista. Tunnelmalla koettiin olevan suurin vaikutus kokonaislaatuun, ja 72 % olikin siihen tyytyväisiä.

Kokonaislaadun kannalta tärkeimmiksi tekijöiksi nousivat tunnelma, tulospalvelu, toimintojen sujuvuus, kuulutus, aikataulun pitävyys, yleinen siisteys, asiakaspalvelu ja tapahtumapaikan sijainti. Ne oli merkinnyt erittäin tai melko paljon kokonaislaatuun vaikuttaviksi yli 70 % vastanneista. Kuulutus vaikuttaa varsin tärkeältä tapahtuman elementiltä myös siitä päätellen, että sitä kommentoitiin varsin runsaasti myös sanallisesti. Kuulutuksen merkitystä kokonaislaadun kannalta oli kuvattu seuraavasti: *"Olennainen osa, saa yleisön mukaan (onnistuessaan)"*, *"Fiilis luodaan kuulutuksella"* ja *"Huono kuulutus voi pilata koko tunnelman"*. Kyseisen tapahtuman kuulutusta oli kommentoitu seuraavilla tavoilla: *"Heikko ulosanti, kielivirheitä, latteuksia"*, *"Kuuluttajat tunsivat huonosti urheilijat"*, *"Nimet sekosi"*, *"Välillä liian lujaa"*, *"Asiantuntevaa"*, *"Aiemmat tulokset ja omat ennätykset huomioitava"*, *"Moniotteluista outoa vertailua"*, *"Vähän liikaa `vetoa` vanhoille mestareille"*, *"Sellaiset jotka ei urheilusta paljon tiedä pidettiin hyvin mukana"* ja *"Ei kuulunut kaikkialle"*. Muuta yleisöä kommentoitiin toteamuksilla: *"Raitista"*, *"Levoton, aina joku seisoi tai kulki editse"*, *"Hyvä kannustus, ei asiattomuuksia"*, *"Tunnelma A-katsomossa vaisu"*. Toimintojen sujuvuudestakin saatiin muutama kommentti: *"Pitkiä taukoja"*, *"Muuten*

hyvä, paitsi lipunmyynti” ja ”Hieman teknisiä ongelmia lähetyksessä”. Tunnelmasta oltiin sitä mieltä, että se ei ollut *”..niin yhtenäinen kuin voisi olla.”* Asiakaspalvelusta maininnan sai jäätelökauppa: *”Jäätelökauppa parempaa”.* Vaikkakaan tästä kommentista ei yksinään voi päätellä, tarkoittaako se sitä, että jäätelökauppa oli parempaa muuhun asiakaspalveluun verrattuna vai sitä, että nimenomaan juuri siinä olisi parantamisen varaa.

Oheisohjelmaa kommentoitiin seuraavasti: *”Missä se oli?”, ”Sitä ei ollut nimeksikään”, ”Riittävästi” ja ”Illalla liput ylihintaiset, kylmä halli”.* Tapahtumassa soitetusta musiikistakin löytyi sanottavaa laidasta laitaan: *”Mainosten musa huonoa”, ”Kaunista kuunneltavaa”, ”Epämiellyttävää jytkettä”, ”Kerrankin tarpeeksi”, ”Liian kova”, ”Aivan liian vähäistä” ja ”Jumputusta (ottaa korviin)”.* On huomattava, että Kalevan Kisoissakaan kukaan ei maininnut musiikin olleen liian hiljaista.

Aikataulun pitävyyden osalta huomiota oli kiinnitetty erityisesti sunnuntain viimeisen lajin, miesten 1500metrin juoksun lähdön viivästymiseen: *”Hidas”, ”400m AE 35min myöhässä laitteet testaamatta”, ”Lipsu lopussa”, ”Ei pahasti myöhässä” ja ”Aikataulut paljon myöhässä, esim. 1500m 39min”.* 1500 metrin juoksijoiden kohtaloa oli surkuteltu myös eräässä vastauskuoressa, jossa oltiin pahoillaan siitä, että vastaukset oli jo ehditty kerätä pois, sillä vastaajan mukaan useat muutkin olisivat halunneet antaa palautetta kyseisen lähdön viivästymisestä.

WC-tiloista annettiin palautetta ulottuvuuksilla riittävästi – ei riittävästi ja siistit – epäsiistit. Tämä kertonee sekä vaatimusten erilaisuudesta että eri WC:iden käytöstä, sillä niiden väliset erot olivat suuria. WC-tiloja kommentoitiin seuraavin tavoin: *”Sotkuisia”, ”Hajuton”, ”Vähän”, ”Siistejä ja tarpeeksi”, ”Hieman epäsiistit” ja ”Epäpuhtautta”.* Yleiseen siisteyteen liittyen tuli muutama kommentti, joiden sisältö niinikään vaihteli laidasta toiseen: *”Roskiksia lisää” ja ”Ei roskiksia”.*

Hyvin monet vastaajat olivat valitelleet penkkien kovuutta ja höyläämättömyyttä. Istuimet saivat vastaajilta muun muassa seuraavanlaista palautetta: *”Kovat ja selkänojattomat”, ”Pehmusteet?”, ”Istuimet ei höylätty, ostakaa höylä” ja ”Kovat, tikkuja takapuoleen”.* Tulospalveluun lienee oltu tyytyväisiä, sillä siihen liittyvä kritiikkikin oli melko kevyttä: *”Teksti TV kaikki tulokset myös karsinta”, ”Nopeaa,*

välillä liiankin nopeaa... meni tulokset ohii”, ”Yksittäisten lajien taulut näkyivät huonosti”, ”Välittömiä hyppytuloksia enemmän” ja ”Kaikki tulostaulut ei näy”. Myöskään urheilutuloksia ei kritisoi kovin perusteellisesti: ”Ois voinu olla parempia”, ”Muutamia hyviä väriläiskä”, ”Urheilijoiden omat enkat lämmittää mieltä” ja ”Hyvätasoinen”.

Tarjotun ruuan ja juoman osalta vastaajien mieltä olivat jääneet kaivelemaan keiton kovat perunat, joista tuli useita kommentteja. Myös muusta tarjoilusta löytyi puutteita: ”Keitossa kovat (raa`at) perunat”, ”Miksi myynnissä vain makkaraa?”, ”Kahvi kitkerää”, ”Kuivia sämpylöitä”, ”Lauantain jauheliha-keiton perunat raakoja” ja ”Kylmiä makkaroita”.

Tapahtumapaikan sijaintiin oltiin tyytyväisiä, sillä se oli ”lähellä kaikkea”, ”lähellä kaupungin keskustaa” ja ”aika lähellä muita palveluja”. Myös urheilijoiden esiintymistä keuhuttiin: ”Kiittivät kannustuksesta” ja ”Mallikelpoista väkeä”. Videotaulun sijainnista ja toiminnasta tuli hieman kritiikkiä, mutta kokonaisuutena siihen oltiin tyytyväisiä: ”Enemmän suorituksia”, ”Todella selvä ja näkyvä”, ”Tempuili vähän väliä –näytti välillä mitä sattui”, ”Erittäin hyvä, näki tapahtumat läheltä”, ”Mainoksen ääni epäselvä”, ”Urheilijoiden esittely ei aina näkynyt, ei yhtä aikaa kuulutuksen kanssa” ja ”Väärässä paikassa; D-katsomosta ei näy”.

Lajiryhmien osalta kommentit liittyivät näkyvyyteen eri katsomonosista ja tasoon ylipäättäen. Pikajuoksut: ”Nopeus puuttuu”, ”Vähän osanottajia, ei huippuaikoja”, ”Miesten pikamatkoissa kärki tasainen” ja ”C-katsomo huono paikka”. Kestävyysjuoksut: ”Kehno taso” ja ”Ikävintä seurata”. Heittolajit: ”Hyviä kamppailuja”. ”Hyviä tuloksia”, ”Toiseksi parasta antia”, ”C-katsomosta en nähnyt tarpeeksi” ja ”En pitänyt keihäänheittäjä Kinnusen kiroilusta”. Urheilijoiden esiintyminen lienee varsin tärkeää, erityisesti, että se koettaisiin positiiviseksi, sillä usea vastaaja oli kiinnittänyt huomiota Kinnusen kiroiluun, vaikkakaan urheilijoiden esiintymistä koskevan kysymyksen yhteydessä sitä ei mainittu. Hyppylajit: ”Tasaisia & tiukkoja kamppailuja”, ”Korkeus jees”, ”Parasta antia” ja ”C-katsomosta en nähnyt”.

9.5 Jonottaminen tapahtumapaikalla

Lähes joka viides kyselyyn vastanneista (126 henkilöä, 20 %) oli joutunut jonottamaan tapahtumapaikalla jonnekin. Suurin osa jonottamaan joutuneista, 49, oli jonottanut ruokaa ja juomaa stadionilla. Toiseksi yleisin jonojen aiheuttaja olivat WC:t. Niihin oli joutunut jonottamaan 38 vastaajaa. Jonoja mainittiin muodostuneen myös lipunmyynnissä, stadionille ja katsomoon saavuttaessa ja niistä poistuttaessa, parkkipaikalta poistuttaessa, muihin stadionin myyntikojuihin ja veikkauspisteeseen. Jonottamaan joutuneista 29 (26 %) oli kokenut jonottamisen häiritseväksi. 62 prosenttia jonottaminen ei häirinnyt. He joita jonottaminen oli häirinnyt, muodostavat kuitenkin vain alle viiden prosentin joukon kaikista vastanneista, joten jonottamista ei voida pitää vuoden 1999 Kalevan Kisojen ongelmana.

9.6 Kokonaiskuva tapahtumasta

Asennetta tapahtumaa kohtaan arvioitiin kahdella kysymyksellä. Tapahtumalle pyydettiin antamaan kokonaisarvosana yhdestä viiteen. Lisäksi kysyttiin, aikooko vastaaja joskus muulloinkin tulla seuraamaan Kalevan Kisoja. Kokonaisarvion katsottiin olevan kaikkein merkittävin tekijä asiakastyytyväisyyttä mitattaessa. Tapahtuman yksittäisiin osa-alueisiin voidaan olla hyvinkin tyytymättömiä ja olla muutenkin sitä mieltä, että tapahtuma on huonosti järjestetty mutta silti tapahtumaan aiotaan mennä uudelleenkin. Esimerkiksi kiinnostuksesta lajia kohtaan huonot järjestelyt voidaan antaa anteeksi. Tällöin asiakas kokee palvelun laadun huonoksi, mutta on siitä huolimatta tapahtumaan kokonaisuutena niin tyytyväinen, että aikoo tulla vastaisuudessakin.

Kokonaisarvosanan perusteella voi sanoa, että kyselyyn vastanneet olivat erittäin tyytyväisiä tapahtumaan. Peräti 75 % antoi tapahtumalle arvosanan 4-5, 68 % vastanneista antoi arvosanaksi 4. Vain 15 %:n arvosana oli alle 4. Sukupuoli vaikutti kokonaisarvosanaan sen verran, että naisten antamien arvosanojen keskiarvo oli 4,1 ja

miesten 4,0. Samoin ensikertalaiset antoivat arvosanaksi 4,1 ja useammin käyneet 4,0. Seinäjokelaiset olivat tässä suhteessa hieman muita vastaajia tyytyväisempiä, sillä heidän antamiensa arvosanojen keskiarvo oli 4,2, kun se muilla vastaajilla oli 4,0. Toisin sanoen kokonaisarvosanat eivät poikenneet merkittävästi eri ryhmien välillä.

Kalevan Kisoja aikoi tulla uudelleenkin seuraamaan 82 %, ja vain yksi prosentti oli sitä mieltä, että ei tulisi. Loput eivät osanneet ilmaista kantaansa, mikä on kysymyksen muodosta johtuen ymmärrettävää. Myönteistä vastausta perusteltiin seuraavilla tavoilla: *”Jos kisat on lähellä asuinpaikkaa”, ”Urheilu kiinnostaa aina, mutta taso saisi nousta”, ”Kiinnostus lajeihin”, ”Positiivinen yllätys”, ”Paras yu-tapahtuma S-R-ottelun jälkeen. Tuttuja tapaamaan”, ”Vuoden yu-kohokohta”, ”Yleisurheilu on kiva laji” ja ”Hyvää viihdettä”.*

9.7 Vastaajien parannusehdotuksia järjestäjille

Parannusehdotuksia järjestäjille kysyttiin avoimella kysymyksellä. Vastaukset jaettiin kuuteen luokkaan: palvelut ja palvelun laatu, järjestelyt, opasteet, lippujen hinnoittelu, aikatauluun liittyvät tekijät ja muuta. Eniten vastauksia tuli palveluista ja palvelun laadusta. 164 vastaajaa mainitsi jollakin tavoin palvelut ja palvelun laadun. Kyseiseen luokkaan tuli seuraavanlaisia vastauksia: *”Työtehtäviin ihmisiä, joilla jotain kokemusta urh.kilp., eikä ketä tahansa, joka sattuu joutamaan.”*, *”Enemmän roskakoreja; monipuolisempi ruokavalikoima: huomioikaa nyt ihmeessä jo kasvissyöjät”*, *”Jos jatkoissa on vapaa-ajan messut oheistapahtumana, niiden laatua on parannettava”*, *”Järjestysmiesten ja muidenkin pitää tietää asioista, jos kysytään”*, *”Ruoka ei onnistunut, raakaa! Laatuun kiinnitettävä huomiota!!”* ja *”Paremmat istuimet B- ja C-katsomoihin, tikkuja ei kaivata takamuksiin”.*

Toiseksi eniten mainintoja oli tullut aikatauluun liittyvistä asioista. Tärkein viesti järjestäjille oli: *”Kisa 3-päiväiseksi kuten aikaisemminkin”*. Paljon mainintoja sai myös aikataulussa pysyminen: *”Yllätyksellisiä aikataulumuutoksia ei kaivata”*. Järjestelyihin liittyen vastauksia annettiin 31. Niissä toivottiin muun muassa parempaa lippukontrollia

katsomoihin, tasapuolista jänisten käyttöä tai ei lainkaan jäniksiä ja kenttäalueen kulkuväyliä yleisölle toimivammiksi: *”Liikkuminen paikasta toiseen jouhevammaksi, ettei tarvi kiertää koko aluetta.”* Lippujen hinnoitteluun tuli 18 vastausta, joissa lähinnä toivottiin halvempia lipunhintoja, perhelippua ja sotaveteraanien ilmaista sisäänpääsyä. Opasteita kaivattiin lisää 13 vastauksessa: *”Näin iso tapahtuma pitäisi olla paremmin opastettu autolla tulijoille kun internetistä ei tullut otettua karttaa mukaan”*.

POHDINTA

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää katsojien kokema palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä vuoden 1999 Itä-länsi-ottelussa ja Kalevan Kisoissa. Lisäksi pyrittiin laatimaan mahdollisimman kattava kyselylomake ja kokemuksen myötä kehittämään niin lomaketta kuin erityisesti koko tiedonkeruumenetelmää. Lisäksi ikään kuin tutkimuksen sivutuotteena saatiin tietoa katsojien mielestä ihanteellisen urheilutapahtuman ominaisuuksista.

Kyselylomake lienee ollut tapahtumapaikalla vastaamiseen turhan pitkä. Toisaalta Kalevan Kisojen korkea vastausprosentti kertoo, etteivät katsojat kokeneet sitä ainakaan niin paljon liian pitkäksi etteivät olisi halunneet vastata lainkaan. Osa kysymyksistä oli huonosti muotoiltuja tai jopa moniselitteisiä. Yksi kysymys jouduttiin analysointivaiheessa poistamaan kokonaan, koska se oli ymmärretty monella tavoin. Taustatietoina olisi voinut olla mielenkiintoista kysyä lisäksi koulutusta tai ammattia. Kysymyksessä kolme ”Miten saavuitte tapahtumapaikalle?” olisi ollut syytä täsmentää, tarkoitetaanko juuri stadionia vai koko paikkakuntaa.

Tutkimuksen toteuttamisen kannalta Kalevan Kisoissa käytetty tapa osoittautui huomattavasti paremmaksi. Vastausprosentti oli hieman yli kaksinkertainen Itä-länsi-otteluun verrattuna. Toisaalta avointen kysymysten vastaukset eivät kokonaisuudessaan olleet aivan yhtä kattavia. Tämä voi tosin johtua enemmänkin Itä-länsi-ottelun kyselyyn vastanneiden valikoitumisesta kuin menetelmästä sinänsä. Ne jotka ylipäättään vastasivat Itä-länsi-ottelussa, vastasivat huolellisesti. Ratkaisevinta lienee ollut kyselyn jakajien ja kerääjien läheisyys: katsojat eivät viitsineet olla vastaamatta, kun jakajasta tuli tavallaan heille tuttu henkilö ja kaikki saattoivat nähdä, vastaavatko he. Tulevaisuudessa paikan päällä tehtäviin katsojatutkimuksiin voisikin suositella samantyyppistä ratkaisua, joka tehtiin Kalevan Kisoissa. Kysely on toteutettava tapahtuman loppupuolella, jos halutaan arvioita nimenomaan kyseisestä tapahtumasta. Toisaalta voi pohtia ylipäättään massatutkimusten mielekkyyttä. Olisiko kuitenkin hedelmällisempää perehtyä asioihin vain muutamien valittujen ja eri ryhmiä edustavien vastaajien kanssa? Jos aihetta ei ole juurikaan tutkittu, massatutkimus puoltaa paikkaansa aihealuetta kartoittavana tutkimuksena. Tutkimuksen

suorittamisajankohtaan on kiinnitettävä runsaasti huomiota. Katsojia ei saisi häiritä juuri ratkaisevilla minuuteilla, mutta menossa pitää silti olla juuri jotain erityistä, jotta katsojia on paikalla mahdollisimman paljon. Mikäli tutkimusta suoritetaan vaikkapa yksittäisessä palloiluottelussa, ajankohdan ja menetelmänkin ratkaiseminen on huomattavasti vaikeampaa, kun milloin tahansa voi olla ottelun jännittävin hetki, jolloin katsojat eivät halua tulla häirityiksi. Vaikeutta näissä tapauksissa lisää se, että ihmiset poistuvat välittömästi ottelun päätyttyä. Massatutkimus ei tällöin välttämättä toimi paikan päällä, vaan täytyy pohtia muita ratkaisuvaihtoehtoja. Valittiin mikä tahansa tutkimustapa, yksi keskeisimmistä asioista on se, että esitettyihin kysymyksiin pystytään vastaamaan kyseisessä tilanteessa.

Molemmat tapahtumat koettiin hyviksi urheilutapahtumiksi. Joskin se, että lähes 20 % Itä-länsi-ottelussa aiemminkin olleista vastaajista ei pitänyt tapahtumaa hyvänä urheilutapahtumana, on huolestuttavaa. Mutta kun tarkastellaan senhetkistä tilannetta tarkemmin, ei luku ole niin paha, miltä se näyttää. Vastauksista tuli nimittäin selvästi ilmi pesäpalloväen pettymys niin sanottuihin sopupeleihin, jotka heidän mukaansa latistivat Itä-länsi-ottelun tunnelmaakin huomattavasti. Näin ollen tyytymättömyys johtui enemmänkin siitä kuin varsinaisesti tapahtuman huonoudesta. Tapahtuman tärkein tekijä vastaajien mielestä oli itse urheilu, mutta myös oheispalveluiden merkitys tuli selkeästi esiin. Oheistoiminnot huomattiin kuitenkin lähinnä silloin, jos ne puuttuivat tai olivat huonoja. Itä-länsi-ottelussa arvosteltiin WC-tiloja ja Kalevan Kisoissa tikkuisia penkkejä. Oheistapahtumat saivat molemmissa tapahtumissa osakseen runsasta kritiikkiä. Kuulutusta kommentoitiin paljon, ja Itä-länsi-ottelussa se koettiin suhteellisen hyväksi, kun taas Kalevan Kisoissa sitä arvosteltiin enemmän. Katsojat huomasivat kiireen usein syyksi heikkoon palveluun. Työntekijämäärää pidettiin joissain tapauksissa liian pienenä. Lisäksi jotkut vastaajat myös epäilivät koulutuksen tai perehdytyksen riittävyyttä. Henkilöstö on tapahtuman onnistumisen kannalta keskeinen tekijä, ja tämä ainakin tuli osoitettua.

Yleisurheilutapahtuman luonteesta johtuen Kalevan Kisojen katsojat painottivat aikataulun pitävyyden ja toisaalta aikataulun sopivan tiukkuuden merkitystä. Kalevan Kisat haluttiin erittäin voimakkaasti palauttaa kolmipäiväisiksi, mikä on toteutunutkin. Aineistosta tuli hyvin esiin myöskin arvioinnin laaja-alaisuus: ei arvioida pelkästään tapahtumapaikkaa, vaan koko paikkakuntaa. Tämä tuli esiin erityisesti Sotkamossa. Voi

olla, että tässäkin yhteydessä asioihin kiinnitettiin huomiota, jos ne olivat huonosti, eli Sotkamon luonnollisesti suppeammasta palvelutarjonnasta löytyi enemmän puutteita kuin huomattavasti suuremmasta Seinäjoesta. Vastajaat korostivatkin sitä, miten erityisesti pienillä paikkakunnilla koko elinkeinoelämän on huomioitava tapahtuma. Yleensä näin varmasti onkin, voihan muutaman päivän mittainen tapahtuma olla taloudellisilta vaikutuksiltaan hyvinkin merkittävä. Rahaa ei kuitenkaan tule, ellei ole tarjontaa. Kriittisiä kommentteja oli herättänyt koko Sotkamon palvelutarjonnan niukkuus ja se, etteivät esimerkiksi kaikki kaupat olleet auki sunnuntaina. Ruokapaikkojen vähäisyys ja siitä johtuvat pitkät jonot olivat häirinneet kisavieraita. Tapahtumapaikkaa valittaessa on nykyään kiinnitettävä huomiota myös koko paikkakuntaan itsessään, eikä pelkästään urheilullisiin puitteisiin tai järjestävään organisaatioon. Ihmiset haluavat yhä useammin urheilun ohessa nauttia myös tasokkaista ravintolapalveluista ja erityisesti nopeasta ja muutenkin hyvästä palvelusta. Toki katsojat voivat olla tyytyväisiä vaatimattomampiinkin puitteisiin, ja osa tulee todellakin katsomaan vain urheilua, mutta erityisesti koko viikonlopun ajan paikkakunnalla viettävät vieraat haluavat myös muita palveluita.

Urheilijat ovat koko tapahtuman keskeisin ryhmä. Ilman heitä ei olisi koko tapahtumaa. Tämän vuoksi heidän käyttäytymisellään on paljonkin merkitystä. Katsojien huomioon ottaminen ja reilun pelin hengen noudattaminen asiallinen käyttäytyminen siihen mukaan luettuna ovat yleisiä ohjeita, joita noudattamalla urheilijat miellyttäisivät yleisöä. Mutta katsojat tulevat katsomaan myös persoonia. Aina on niitä, jotka loukkaantuvat urheilijoiden kiroilusta, mutta niin on myös se ryhmä, joka saattaa jopa tulla paikalle katsomaan jotain urheilijaa, jolta voidaan odottaa niin hyvässä kuin pahassakin arvaamatonta tai muuten hyvin värikästä käyttäytymistä. Esimerkiksi jääkiekko-otteluita jotkut tulevat katsomaan lähinnä siksi, että näkisivät tappeluita, ja esimerkiksi television koostelähetyksissä näytetään yleensä myös tappelut. Tuskinpa niitä näytettäisiin, jos yleisö ei olisi niistä kiinnostunut. Vaikka urheilijoiden käyttäytyminen onkin monitahoinen kysymys, varmasti suurinta osaa pystytään miellyttämään sillä, että suurin osa urheilijoista käyttäytyy ystävällisesti, erityisesti yleisön huomioon ottaen. Tietyissä määrin tähän asiaan voidaan vaikuttaa esimerkiksi kouluttamalla urheilijoita esiintymisessä, mutta silti kyseessä ovat paljolti persoonallisuuserot. Toiset ovat enemmän show-ihmisiä kuin toiset. Tärkeintä onkin tehdä urheilijat tutuiksi katsojille erilaisina persoonina. Kuten aiemmin on jo tullut ilmi,

heitä kuvataan värikkäästi ja nimenomaan heidän omasta persoonallisuudestaan lähtien heille annetaan tietty rooli. Kun katsoja saa tietoja urheilijoista, hän kokee kuuluvansa sisäpiiriin, tuntevansa urheilijat ja jakamalla heidän ja muiden katsojien kanssa jotain.

Itä-länsi-ottelussa katsojat olivat saaneet pelaajista ylimielisen kuvan, kun taas Kalevan Kisoissa urheilijat koettiin pääosin yleisön huomioonottavina ja muutenkin enimmäkseen positiivisina. Ero on mielenkiintoinen, kun Itä-länsi-ottelussa suuri osa parhaista miespelaajista oli sivussa sopupelijupakan vuoksi. Eivätkö he osanneet vai halunneet ottaa yleisöä huomioon? Vai ovatko yleisurheilijat omaksuneet paremmin ajatuksen katsojaystävällisyydestä? Tärkein tulos ei kuitenkaan ole se, että Kalevan Kisoissa urheilijoihin oltiin tyytyväisempiä kuin Itä-länsi-ottelussa. Olennaista on se, että yleisurheilijat osasivat ottaa yleisönsä, sillä siltä pohjalta on hyvä lähteä rakentamaan yhä parempaa urheilutuotetta. Pesäpalloilun parissa olennaista olisi selvittää, oliko ylimielisyys vain tilapäistä vai onko se yleisempääkin, ja sen perusteella tehdä tarvittavat johtopäätökset.

Itä-länsi-ottelun katsojat pitivät ihanteellisen urheilutapahtuman tärkeimpänä asiana urheiluun liittyviä seikkoja. Seuraavina tulivat kannustava yleisö ja oheistapahtumat. Kalevan Kisoissa oltiin myös sitä mieltä, että urheilu on urheilutapahtumassa tärkeintä. He olivat nostaneet toiselle sijalle aikataululliset tekijät, ja kolmanneksi tärkein tekijä oli kannustava yleisö. Aikataululliset tekijät tulivat todennäköisesti esiin negatiivisena seikkana, koska aikataulu petti kyseisessä tapahtumassa. Kokonaisuutena tästä voinee sanoa, että urheilu itsessään on luonnollisesti tärkeintä, mutta myös tunnelma on tärkeää. Kannustava yleisö on varmasti yksi keskeisimmistä tunnelmaa kohottavista tekijöistä, ja kannustamista voidaan tukea hyvän kuulutuksen avulla. Tällöin keskeisiksi tulevat tilastot, kuuluttajan ammattitaito ja lajituntemus. Tilastojen avulla hän voi tuoda esimerkiksi yleisurheilutapahtumassa esiin omia ennätyksiä, joiden suhteen tuloksia seurataan. Omia ennätyksiä ja kauden parhaita tuloksia hehkutetaan asiaankuuluvasti, Suomen tai maailmanennätyksistä puhumattakaan. Lajin ominaisuuksiin liittyvät seikat saattavat olla hyvinkin huomattavia, kuten yleisurheilun tapauksessa aikataululliset tekijät. Myös oheistapahtumat ovat tärkeitä. Voinee sanoa, että yleisö viihtyy, kun on mieluisa laji, hyviä suorituksia, saa olla osa samanhenkistä kannustavaa yleisöä, kun oheistapahtumat ovat mielenkiintoisia, palvelu pelaa ja puitteet ovat edes kohtuulliset. Vaikka oheistapahtumat nousivatkin muiden oheispalveluiden edelle, myös niillä on

merkitystä. Voi olla, että niitä ei tässäkään yhteydessä ehkä muistettu erityisesti tuoda esiin, mutta kuitenkin jos ne olisi huonosti järjestetty, niistä riittäisi sanomista. Eräs katsoja kiteyttikin ajatuksensa peruspalvelu-käsitteeseen todeten, että ”Peruspalvelut järjestettävä!”. Peruspalvelu-käsitettään hän ei täsmentänyt, mutta niillä voisi muiden vastausten perusteella ajatella tarkoitettavan esimerkiksi ravintolapalveluita, toimivaa kuulutusta, WC-tilojen riittävyttä ja siisteyttä sekä yleistä siisteyttä koko tapahtuma-alueella, tiedotusta, oikeanlaista markkinointia, musiikkia, kuulutusta ja savutonta katsomovaihtoehtoa.

Jo kyselyissä vastaajat olivat toivoneet samanlaista kyselyä suoritettavaksi myös urheilijanäkökulmasta. Lisäksi voisi ajatella tutkittavan urheilijoiden käsitystä siitä, mitä kukin taho heiltä vaatii, esimerkkeinä yleisö, lajiliitto ja sponsorit ja miten urheilijat kokevat pystyvänsä yhdistämään nämä vaatimukset. Toisaalta myös se olisi tärkeää, miten urheilijat kokevat nämä odotukset ja kohtaavatko eri tahojen vaatimukset mitenkään. Lisäksi vapaaehtoistyöntekijän näkökulmaa olisi tarpeellista tutkia, kun heidän toimintaansa kuitenkin kommentoitiin melko runsaasti. Ovatko he mielestään saaneet riittävästi perehdytystä, tietävätkö he tapahtuman yleispiirteet ja vastuukysymykset ja pystyvätkö he mielestään palvelemaan yleisöä niin hyvin kuin haluaisivat. Olisi myös tarpeellista tietää, mitä lisävalmiuksia he toivoisivat ja miten niitä voisi antaa. Toisaalta myös katsojien käyttäytymistä voisi selvittää vapaaehtoistyöntekijöiden kautta.

LÄHTEET

- Alaja, E. 2000. Arpapelii? Urheilumarkkinoinnin käsikirja. Suomen Urheilumuseosäätiön julkaisuja n:o 22. Helsinki: Suomen Urheilumuseosäätiö.
- Dale, B.G. & Plunkett, J.J. 1990. Epilogue. Teoksessa B.G. Dale & J.J. Plunkett. Managing Quality. Exeter: Philip Allan, 346-353.
- Farmer, P.J., Mulrooney, A.L. & Ammon, R.Jr. 1996. Sport Facility Planning and Management. Morgantown: Fitness Information Technology Inc.
- Grönroos, C. 1990. Nyt kilpaillaan palveluilla. Suomentaja Maarit Tillman. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Itkonen, H. & Kortelainen, J. 1999. Rantakentältä maailmalle. Kiteen pesäpallo, lajikulttuuri ja yhteiskunta. Liikuntatieteellisen seuran julkaisu nro 146. Helsinki: Liikuntatieteellinen Seura ry.
- Korhonen, I. 1999. Kuningaspallosta pesäpalloon –lajin synty ja kehitys. Itä-länsi 1999, 5.
- Koski, P. & Latonen, H. 1999. Jalkapallo yleisölajina. Liikunnan Kehittämiskeskus. Jyväskylän yliopisto. Moniste.
- Kotler, P. & Andreasen, A.R. 1996. Strategic Marketing for Nonprofit Organizations. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Law, G.F. 1990. Quality Management in a Mineral Extraction Processing and Trading Company: A Profile of Steetley Berk Ltd. Teoksessa B.G. Dale & J.J. Plunkett. Managing Quality. Exeter: Philip Allan, 330-345.

Liljander, V. & Strandvik, T. 1995. The Relation Between Service Quality, Satisfaction and Intentions. Teoksessa P. Kunst & J. Lemmink. *Managing Service Quality*. UK: Paul Chapman Publishing Limited, 45-59.

Lipponen, T. 1993. *Laatujohtaminen*. Kuopio: A:Financier Oy.

Lotti, L. 1996. *Markkinointitutkimuksen käsikirja*. Porvoo: Weiling + Göös Oy.

Nurmi, T., Rekiaro, I. & Rekiaro, P. 1993. *Suomea suomeksi. Suomen kielen sanakirja*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Oakland, J.S. 1993. *Total Quality Management: the Route to Improving Performance*. 2. painos. The United States of America: Nichols Publishing Company.

Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A. 1991 Understanding Customer Expectations of Service. *Sloan Management Review*, 39 (Spring), 39-48.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 22 (Fall), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.

Pigeassou, C. 1997. *How to Analyse Sports Services*. Käänt. S. Williams. Teoksessa C. Pigeassou (toim.) *University of Jyväskylä, Lectures 19.-27.4.1997*. University of Montpellier, 2-16.

Rautakorpi, K. 2000. *Suurten urheilutapahtumien johtajat ja johtaminen. Näkökulmana projektijohtaminen*. Jyväskylän yliopisto. Pro gradu -tutkielma.

Ricci, G. 1994. *Total Quality Management in Sport and Fitness Organisation. Change and Revolution with Quality Concept*. Teoksessa *Second European Congress on Sport*

Management. Official Proceedings. Firenze: European Association for Sport Management, 547-558.

Storbacka, K. & Lehtinen, J.R. 1997. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. Porvoo: Asiakkuus Oy & WSOY.

Strömmer, R. 1999. Henkilöstöjohtaminen. Helsinki: Oy Edita Ab.

Suomi, K. 2000. Liikuntapaikkapalvelut ja kansalaisten tasa-arvo. Jyväskylän yliopiston Liikunnan Kehittämiskeskuksen julkaisu no 1/2000. Jyväskylä: Liikunnan Kehittämiskeskus.

Theodorakis, N. & Kambitsis, C. 1998. The Effect of Service Quality on Sport Consumer`s Behavioural Intentions. Teoksessa N. Perry, F. Fernandes & G. Pires (toim.) Sixth Congress of the European Association for Sport Management. Madeira: European Association for Sport Management, 2.71-2.77.

Theodorakis, N., Costa, G. & Laios, A. 1998. What Finally Service Quality Means for Sport Managers? Teoksessa N. Perry, F. Fernandes & G. Pires (toim.) Sixth Congress of the European Association for Sport Management. Madeira: European Association for Sport Management, 1.1-1.5.

Torkildsen, G. 1999. Leisure and Recreation Management. London: E & FN Spon.

Valtiovarainministeriö 1998. Julkisen sektorin laatulinjauksia. Tutkimukset ja selvitykset 5/98. Valtiovarainministeriön hallinnon kehittämisosasto. Helsinki: Hakapaino Oy.

Valtonen, T. 1999. Sport Marketing –kurssi. Luento 26.3.1999. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Jyväskylän yliopisto.

LIITE 1. KYSELYLOMAKE, ITÄ-LÄNSI-OTTELU

PESÄPALLOLON ITÄ-LÄNSI -OTTELU 3.-4.7.1999 - Katsojakysely

Arvoisa pesäpallon ystävä!

Tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa katsojien mielipiteitä palvelun laadusta tapahtumassa sekä antaa kuvaa asiakastyytyväisyydestä. Tutkimuksen tulokset tulevat myös pesäpalloseurojen käyttöön, jolloin palvelun laadun parantaminen on mahdollista.

On tärkeää, että vastaatte kysymyksiin huolellisesti, vastaaminen ei vie Teiltä 10 minuuttia kauempaa. Kaikki vastaukset ovat tärkeitä tutkimuksen onnistumisen kannalta, ja ne käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti.

On toivottavaa, että vastaatte kyselyyn pikaisesti otellusta palattuane portilla olevaan vastauslaatikkoon tai lähetätte vastauksenne oheisella vastauskuorella 10.7.1999 mennessä. Vastaamalla voitte vaikuttaa pesäpallo-otteluiden palvelun laatuun. Kaikkien kyselyyn vastanneiden kesken arvomme 1 kpl vapaakortteja kaudelle 2000, 1 kpl pesäpallokauden päätösristeilymatka ja 1 kpl Superperis pyöräilykypäriä.

Aurinkoisin pesäpalloterveisin,

Minna Pätsi

Jyväskylän yliopisto

Kimmo Tolonen

Superperis Oy

Arvioni tapahtumasta perustuu (ympyröikää kaikki tarvittavat vaihtoehdot)

- 1 Naisten peliin
- 2 Miesten peliin
- 3 Tyttöjen peliin
- 4 Poikien peliin
- 5 Muuhun urheilutapahtumaan, mihin?

Ikä: _____

Sukupuoli: (ympyröikää oikea vaihtoehto) M N

1. Miksi tulitte tapahtumaan? (ympyröikää sopivin vaihtoehto)

- 1 Kiinnostunut kyseisestä lajista
- 2 Kiinnostunut kyseisestä tapahtumasta
- 3 Vain siksi, että perhe halusi tulla tapahtumaan
- 4 Kaverin houkuttelemana
- 5 Kiinnostunut ohjelmasta
- 6 Muusta syystä, mistä? _____

2. Oletteko aiemmin käynyt Iä-länsi -ottelussa?

- 1 Olen käynyt _____ kertaa
- 2 En ole käynyt aiemmin

3. Miten saavuitte tapahtumapaikalle? (ympyröikää oikea vaihtoehto)

- 1 Kävelen
- 2 Polkupyörällä
- 3 Henkilöautolla
- 4 Julkisilla kulkuvälineillä, millä? _____
- 5 Tilausajobussilla
- 6 Muuten, miten? _____
4. Mikä on kotikuntanne? _____

5. Oiko paikalle tulo helppoa (ympyröikää oikea vaihtoehto)? K / E / En osaa sanoa

Jos ei ollut helppoa, miksi ei? _____

6. Oliko opastus tapahtumapaikalle riittävä? K / E / En osaa sanoa

Mikäli tulitte henkilöautolla, vastatkaa myös kysymyksiin 7-10. Jos tulitte muulla tavoin, voitte siirtyä suoraan kysymykseen 11.

7. Oliko parkkipaikalle tulo sujuvaa? K / E / En osaa sanoa
Jos ei ollut sujuvaa, miksi ei? _____

8. Seuraavaan kysymykseen vastataan, mikäli aiot palauttaa kyselyn postissa:
Oliko parkkipaikalta poistuminen sujuvaa? K / E / En osaa sanoa
Jos ei ollut sujuvaa, miksi ei? _____

9. Oliko parkkipaikka turvallinen? K / E / En osaa sanoa
Jos ei ollut, miksi ei? _____

10. Oliko matka parkkipaikalta tapahtumapaikalle mielestänne

- 1 Liian pitkä
- 2 Sopiva
- 3 En osaa sanoa

11. Oliko lipun saamisessa ongelmia? K / E

Jos oli ongelmia, millaisia? _____

12. Oletteko tyytyväinen seuraavien tapahtumayönteekijöiden toimintaan (ympyröikää jokaisen ryhmän kohdalta mielestänne sopivin vaihtoehto)?

- Lipunmyyjät K / E / En osaa sanoa
Järjestysmiehet K / E / EOS
Ravintolohenkilökunta K / E / EOS
Kauuttaja K / E / EOS
Esiintyjät K / E / EOS

13. Mitä haluaisitte sanoa tapahtumayönteekijöistä yleisesti (ystävällisyys, palveluaituus, ammatitaito jne.) _____

14. Millainen on hyvä urheilutapahtuma?

_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____

15. Vastasiko tämä tapahtuma mielestänne hyvää urheilutapahtumaa? K / E / En osaa sanoa

_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

16. Miten tyytyväinen olitte seuraaviin tapahtuman osa-alueisiin? (Ympyröikää sopivin vaihtoehto; 1= erittäin tyytymätön, 2= melko tyytymätön, 3= en osaa sanoa, 4= melko tyytyväinen, 5= erittäin tyytyväinen) Halutessanne voitte myös perustella vastaustanne.

Kuulutus	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Muu yleisö	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Toimintojen sujuvuus	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Tunnelma	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Asiakaspalvelu	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Oheisohjelma	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Musiikki	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Aikataulun pitävyys	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
WC:t	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Yleinen siisteys	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____

Istuimet

1	2	3	4	5	
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	
Tulospalvelu	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	
Ottelu	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	
Tarjottu ruoka ja juoma	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	
Tapahtumapaikan sijainti	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	
Pelaajat	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	

17. Miten paljon edellä mainitut tekijät vaikuttavat arvioonne palvelun kokonaisuudesta? (Ympyröikää mielestänne sopivin vaihtoehto; 1= ei lainkaan, 2= ei kovinkaan paljon, 3= en osaa sanoa, 4= melko paljon, 5= erittäin paljon) Halutessanne voitte myös perustella vastaustanne.

Kuulutus	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Muu yleisö	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Toimintojen sujuvuus	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Tunnelma	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Asiakaspalvelu	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Oheisohjelma	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Musiikki	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____
Aikataulun pitävyys	1	2	3	4	5
Perustelu:	_____	_____	_____	_____	_____

22. Poikkeaisiko vastauksenne, mikäli kyseessä olisi ollut pelkästään naisten tai miesten Itä-Länsi -ottelu? K / E / EOS
Jos poikkeaisi, miksi?

WC:t 1 2 3 4 5

Perustelu:

Yleinen siisteys 1 2 3 4 5

Perustelu:

Istuimet 1 2 3 4 5

Perustelu:

Tulospalvelu 1 2 3 4 5

Perustelu:

Ottelu 1 2 3 4 5

Perustelu:

Tarjottu ruoka ja juoma 1 2 3 4 5

Perustelu:

Tapahtumapaikan sijainti 1 2 3 4 5

Perustelu:

Pelaajat 1 2 3 4 5

Perustelu:

18. Jouduitteko tapahtumapaikalla jonottamaan jonnekin? K / E

Jos kyllä, mihin?

Jos kyllä, häiritseekö se teitä? K / E / En osaa sanoa

19. Minkä kokonaisarvosanan (1-5) annatte tapahtumalle? _____

20. Aiottako tulla joskus muulloinkin seuraamaan Itä-länsi -ottelua? K / E / En osaa sanoa

Perustelu:

21. Mitä parannusehdotuksia haluaisitte antaa tapahtuman järjestäjille?

Kiitos vaivannäöstänne ja antoisia hetkiä pesäpallon parissa!

Olkaa hyvä ja täyttäkää nimi- ja osoitetietonne, mikäli haluarate osallistua arvontaan. Nimi- ja osoitetiedot käsitellään vastauksista erillään, joten yksittäisen henkilön vastauksia ei tarkastella missään vaiheessa.

Nimi: _____

Lähiiosoite: _____

Postinumero ja -toimipaikka: _____

Puhelin: _____

Nimi- ja osoitetietojani SAA / EI SAA käyttää pesäpallotapahtumia koskevaan suoramainontaan (ympyröikää oikea vaihtoehto)

LIITE 2. KYSELYLOMAKE, KALEVAN KISAT

Kalevan Kisat 1999
Katsojakysely 7.-8.8.1999

Arvoisa yleisurheilun ystävä!

Tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa katsojien mielipiteitä palvelun laadusta tapahtumassa sekä antaa kuvaa asiakastyytyväisyydestä. Tutkimuksen tulokset tulevat myös yleisurheiluseurojen käyttöön, jolloin palvelun laadun parantaminen on mahdollista.

On tärkeää, että vastaatte kysymyksiin huolellisesti, vastaaminen ei vie Teiltä 10 minuuttia kauempaa. Kaikki vastaukset ovat tärkeitä tutkimuksen onnistumisen kannalta, ja ne käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti.

On toivottavaa, että vastaatte kyselyyn pikaisesti ottelusta palattuane portilla olevaan vastauslaatikkoon tai lähetätte vastauksenne ohjeisella vastauskuorella 10.8.1999 mennessä. Vastaamalla voitte vaikuttaa yleisurheilukilpailujen ja Kalevan Kisojen laatuun Kaikkien kyselyyn vastanneiden kesken arvomme 1 kpl A-luokan risteilyjä (koko hytti) välille Helsinki-Tukholma, 2 kpl 20 tunnin risteilyjä sekä 5 kpl vapaalippuja vuoden 2000 Suomi-Ruotsi yleisurheilumaateluun.

Aurinkoisin yleisurheiluterveisin,

Minna Pätö
Jyväskylän yliopisto

Antti Pihlakoski
SUL

Arvioni tapahtumasta perustuu (ympyröikää kaikki tarvittavat vaihtoehdot)

- 1 Lauantaihin
- 2 Sunnuntaihin

Ikä: _____

Sukupuoli: (ympyröikää oikea vaihtoehto) M N

1. Miksi tulitte tapahtumaan? (ympyröikää sopivin vaihtoehto)

- 1 Kiinnostunut kyseisestä lajista
- 2 Kiinnostunut kyseisestä tapahtumasta
- 3 Vain siksi, että perhe halusi tulla tapahtumaan
- 4 Kaverin houkuttelemana
- 5 Kiinnostunut oheistapahtumista
- 6 Muusta syystä, mistä? _____

2. Oletteko aiemmin käynyt Kalevan Kisoissa?

- 1 Olen käynyt _____ kertaa
- 2 En ole käynyt aiemmin

3. Miten saavuitte tapahtumapaikalle? (ympyröikää oikea vaihtoehto)

- 1 Kävelen
- 2 Polkupyörällä
- 3 Henkilöautolla
- 4 Julkisilla kulkuvälineillä, millä? _____
- 5 Tilausajobussilla
- 6 Muuten, miten? _____

4. Mikä on kotikuntanne? _____

5. Oliko paikalle tulo helppoa (ympyröikää oikea vaihtoehto)? K / E / En osaa sanoa
Jos ei ollut helppoa, miksi ei? _____

6. Oliko opastus tapahtumapaikalle riittävä? K / E / En osaa sanoa

Mikäli tulitte henkilöautolla, vastatkaa myös kysymyksiin 7-10. Jos tulitte muulla tavoin, voitte siirtyä suoraan kysymykseen 11.

7. Oliko parkkipaikalle tulo sujuvaa? K / E / En osaa sanoa
Jos ei ollut sujuvaa, miksi ei? _____

8. Seuraavaan kysymykseen vastataan, mikäli aiot palauttaa kyselyn postissa:

Oliko parkkipaikalta poistuminen sujuvaa? K / E / En osaa sanoa
Jos ei ollut sujuvaa, miksi ei? _____

9. Oliko parkkipaikka turvallinen? K / E / En osaa sanoa
Jos ei ollut, miksi ei? _____

10. Oliko matka parkkipaikalta tapahtumapaikalle mielestänne

- 1 Liian pitkä
- 2 Sopiva
- 3 En osaa sanoa

11. Oliko lipun saamisessa ongelmia? K / E

Jos oli ongelmia, millaisia? _____

12. Oletteko tyytyväinen seuraavien tapahtumien osallistuvien toimintaan (ympyröikää jokaisen ryhmän kohdalta mielestänne sopivin vaihtoehto)?

Lipunmyyjät K / E / En osaa sanoa

Järjestysmiehet K / E / EOS

Ravintolohenkilökunta K / E / EOS

Kuuluttaja K / E / EOS

Oheisesiintyjät K / E / EOS

Urheilijat K / E / EOS

13. Mitä haluaisitte sanoa tapahtumaan osallistuneista yleisesti (ystävällisyys, palveluvaltiutus, ammattitaito jne.)

14. Millainen on hyvä urheilutapahtuma?

15. Vastako tämä tapahtuma mielestänne hyvää urheilutapahtumaa? K / E / En osaa sanoa

Perustelu:

16. Miten tyytyväinen olitte seuraaviin tapahtuman osa-alueisiin? (Ympyröikää sopivin vaihtoehto; 1= erittäin tyytymätön, 2= melko tyytymätön, 3= en osaa sanoa, 4= melko tyytyväinen, 5= erittäin tyytyväinen) Halutessanne voitte myös perustella vastaustanne.

Kuulutus 1 2 3 4 5
Perustelu:

Muu yleisö 1 2 3 4 5
Perustelu:

Toimintojen sujuvuus 1 2 3 4 5
Perustelu:

Tunnelma 1 2 3 4 5
Perustelu:

Asiakaspalvelu 1 2 3 4 5
Perustelu:

Oheisohjelma 1 2 3 4 5
Perustelu:

Musiikki 1 2 3 4 5
Perustelu:

Aikataulun pitävyys 1 2 3 4 5
Perustelu:

WC:t 1 2 3 4 5

Perustelu:

Yleinen siisteys 1 2 3 4 5

Perustelu:

Istuimet 1 2 3 4 5

Perustelu:

Tulospalvelu 1 2 3 4 5

Perustelu:

Urheilutulokset 1 2 3 4 5

Perustelu:

Tarjottu ruoka ja juoma 1 2 3 4 5

Perustelu:

Tapahtumapaikan sijainti 1 2 3 4 5

Perustelu:

Urheilijoiden esiintyminen 1 2 3 4 5

Perustelu:

Videoitaulu 1 2 3 4 5

Perustelu:

Pikajuoksut 1 2 3 4 5

Perustelu:

Kestävyysjuoksut 1 2 3 4 5

Perustelu:

Heittolajit 1 2 3 4 5

Perustelu:

Hyppylajit 1 2 3 4 5

Perustelu:

17. Miten paljon edellä mainitut tekijät vaikuttavat arvioonne tapahtuman kokonaisuudesta? (Ympyröikää mielestänne sopivin vaihtoehto; 1= ei lainkaan, 2= ei kovinkaan paljon, 3= en osaa sanoa, 4= melko paljon, 5= erittäin paljon) Halutessanne voitte myös perustella vastaustanne.

Kuulutus 1 2 3 4 5

Perustelu:

19. Minkä kokonaisarvosanan (1-5) annatte tapahtumalle? _____

20. Aioteeko tulla joskus muulloinkin seuraamaan Kalevan Kisoja? K / E / En osaa

sanoa

Perustelu: _____

21. Mitä parannusehdotuksia haluaisitte antaa tapahtuman järjestäjille?

22. Mikä on ollut paras yleisurheilutapahtuma, mihin olette osallistuneet? Miksi?

Kiitos vaivannäöstänne ja antoisia hetkiä yleisurheilun parissa!

Olkaa hyvä ja täyttäkää nimi- ja osoitetietonne, mikäli haluatte osallistua arvontaan.
Nimi- ja osoitetiedot käsitellään vastauksista erillään, joten yksittäisen henkilön
vastauksia ei tarkastella missään vaiheessa.

Nimi: _____

Lähiosoite: _____

Postinumero ja -toimipaikka: _____

Puhelin: _____

Nimi- ja osoitetietojani SAA / EI SAA käyttää yleisurheilua koskevaan
suoramainontaan (ympyröikää oikea vaihtoehto)

Muu yleisö 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Toimintojen sujuvuus 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Tunnelma 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Asiakaspalvelu 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Oheisohjelma 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Musiikki 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Aikataulun pitvyys 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

WC:t 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Yleinen siisteys 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Istuimet 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Tulospalvelu 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Ottelu 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Tarjottu ruoka ja juoma 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Tapahtumapaikan sijainti 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Pelaajat 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

18. Jouduitteko tapahtumapaikalla jonottamaan jonnekin? K / E

Jos kyllä, mihin?

Jos kyllä, häiritseekö se teitä? K / E / En osaa sanoa