



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Rita Savela

Seinäjoki kokouskaupunkina

Nykytilanne ja kehittäminen

Liiketalous ja matkailu
2015

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Rita Savela
Opinnäytetyön nimi	Seinäjoki kokouskaupunkina – nykytilanne ja kehittäminen
Vuosi	2015
Kieli	suomi
Sivumäärä	58+4
Ohjaaja	Helena Alamäki

Opinnäytetyöllä on kolme tavoitetta. Ensimmäinen tavoite on selvittää hyvän kokouskaupungin ominaisuuksia sekä kokouksiin liittyviä peruspalveluja. Toinen tavoite on selvittää organisaation ostopäätöskriteerejä näiden palvelujen suhteen. Kolmantena tavoitteena on tarkentaa edellä mainitut tekijät siihen, millainen kokouskaupunki Seinäjoki on, sekä mitä vahvuuksia, heikkouksia ja kehittämisen alueita Seinäjoella on kokouskaupunkina.

Tutkimuksen perustana on kokouksen käsite, jota käytetään läpi työn yleiskäsitteenä kaiken tyyppisille kokouksille ja kongresseille. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostuu eri kokoustyyppien ja kokouksen rakenteen määrittelystä, kokouspaikkakunnan palveluista ja kokoustilamahdollisuuksista sekä organisaation yritysasiakassuhteiden ja ostopäätöskriteerien määrittelystä. Teoriaosion jälkeen esitellään Seinäjoen tärkeimmät kokouspalvelut. Työn empiirinen osio toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena syvähaastatteluina. Haastatteluun osallistui 12 kokousten järjestämisen parissa työskentelevää henkilöä eri organisaatioista.

Tutkimuksessa huomattiin, kuinka usea teoriassa mainittu hyvän kokouspaikan ominaisuus ja kokouspaikan valintakriteeri tuli esille myös haastatteluissa. Seinäjoella on monia ominaisuuksia, joita kokousjärjestäjät arvostavat. Näitä ominaisuuksia ovat muun muassa monipuoliset kokouspaikat, sijainti ja liikenneyhteydet, majoituskapasiteetti, kokemus ja ammattitaito tapahtumien järjestämisessä, kaupungin koko ja selkeys sekä persoonallisuus. Kehittämisen suhteen Seinäjoki voi kokouskaupunkina korostaa markkinoinnissaan esimerkiksi tavoitettavuutta ja kokoustilojen monipuolisia mahdollisuuksia. Hintakilpailussa kokousten järjestäjille voitaisiin esitellä myös edullisempi vaihtoehto, mikäli hinta on ratkaiseva tekijä valinnassa. Seinäjoki on persoonallinen kaupunki, mitä tulisi tuoda esille myös kokouksissa, niiden materiaaleissa sekä personoidumman oheisohjelmatarjonnan kehittämisessä.

ABSTRACT

Author	Rita Savela
Title	Seinäjoki as a congress city – current situation and developing
Year	2015
Language	Finnish
Pages	58+4
Name of Supervisor	Helena Alamäki

The thesis has three goals. The first goal is to find out qualities that make a good conference city, and basic services that are associated with meetings. Second goal is to find out organizations' criterions that lead to the decision to purchase these services. The third goal is to specify above-mentioned factors into what kind of conference city Seinäjoki is and which strengths, weaknesses and areas of development it has as a conference city.

The foundation of this study is the concept of a meeting, which is used through the thesis as a general concept for all kinds of meetings and congresses. The theoretical framework of the study consists of defining different types of meetings and the structure of meetings, services of a conference city, possible conference rooms, defining of organization's customer relationships with companies and criteria for purchase. After the theory, there are the most important conference services of Seinäjoki presented. The empirical part of the study was executed as a qualitative study as deep interviews. Twelve people who work in different organizations among organizing meetings took part in the interview.

It was noticed in the study how many of the good qualities and criteria of choosing a conference location mentioned in the theory also came out in the interviews. Seinäjoki has several qualities that organizers of meetings appreciate. These qualities are among other things diverse meeting rooms, location and traffic communication, capacity of accommodation, experience and expertise in organizing events, the size and logicity of the city, as well as its personality. To develop the city, Seinäjoki could emphasize as a congress city its accessibility and diversity of possible meeting rooms in its marketing. When it comes to competing with prices, city could introduce also a more affordable alternative if price is the decisive factor in choosing the meeting location. Seinäjoki is a distinctive city, and its characteristics should also be introduced in meetings, in the material that is used in meetings and developing the selection of more personalized social programs.

Keywords	Meeting, conference travel, conference city, organization's criterions for purchasing
----------	---

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	8
2	KOKOUSHMATKAILU JA KOKOUKSEN SISÄLTÖ	11
	2.1 Kokousmatkailun määritelmä	11
	2.2 Erityyppiset kokoukset ja kongressit	12
	2.3 Kokousohjelma ja oheisohjelmat.....	13
	2.4 Kokouspaikan valinta.....	14
3	KOKOUSHPAIKKAKUNNAN PALVELUT	15
	3.1 Kokous- ja kongressipalveluorganisaatiot	15
	3.2 Taloudellisuus kilpailukeinona	16
	3.3 Saavutettavuus ja kuljetukset.....	17
	3.4 Majoituspalvelut	17
	3.5 Ravintolapalvelut	18
4	KONGRESSIEN TOIMITILAT	19
	4.1 Kongressi- ja monitoimikeskukset.....	19
	4.2 Hotellit	20
	4.3 Yliopistokeskukset.....	20
	4.4 Junat, bussit ja laivat.....	21
	4.5 Kokoustilojen toimivuus.....	21
	4.6 Kongressitekniikka	22
	4.7 Turvatoimet.....	23
5	ASIAKASSUHTEET YRITYKSISSÄ	24
	5.1 Segmentointi	24
	5.2 Yritysten väliset suhteet.....	25
6	ORGANISAATION OSTOPÄÄTÖSKRITEERIT	26
	6.1 Ostoprosessin vaiheet.....	27
	6.1.1 Ennen ostotapahtumaa	27
	6.1.2 Ostotapahtuma ja kokemukset	29
	6.2 Ostoprosessiin osallistujat.....	29
7	NYKYTILAN KARTOITUS - SEINÄJOKI	32

7.1	Oheisohjelma	32
7.2	Kokoustilat ja -hotellit	34
7.3	Ravintolapalvelut	35
7.4	Saavutettavuus ja sisäiset liikenneyhteydet	36
8	TUTKIMUSMENETELMÄT	37
8.1	Menetelmä opinnäytetyössä.....	37
8.2	Tutkimuksen toteutus.....	38
9	HAASTATTTELUIJEN YHTEENVETO	39
9.1	Taustatiedot.....	39
9.2	Kokouspaikkakunnat ja kokouksen järjestäminen.....	40
9.3	Kokouspaikan valintakriteerit.....	41
9.4	Hyvän kokouspaikkakunnan ominaisuudet	43
9.5	Seinäjoen kokouskaupunkina	44
9.5.1	Kokouskaupungin vahvuudet.....	45
9.5.2	Kokouskaupungin heikkoudet.....	46
9.6	Ajatuksia Seinäjoesta kokouskaupunkina.....	47
10	JOHTOPÄÄTÖKSET	48
10.1	Seinäjoen vahvuudet kokouskaupunkina.....	49
10.2	Seinäjoen heikkoudet kokouskaupunkina.....	50
11	POHDINTA.....	51
12	TUTKIMUKSEN ARVIOINTI.....	54
12.1	Reliabiliteetti ja validiteetti.....	54
12.2	Tutkimuksen onnistumisen arviointi.....	55
12.3	Jatkotutkimusehdotukset.....	55
	LÄHTEET.....	56
	LIITTEET	

KUVIOLUETTELO

Kuvio 1. Organisaation ostoprosessi	27
Kuvio 2. Ostoprosessiin osallistujat	30
Kuvio 3. Kokouspaikan valintakriteerit	41
Kuvio 4. Hyvän kokouspaikkakunnan ominaisuudet	43
Kuvio 5. Seinäjoen vahvuudet kokouskaupunkina	45

LIITELUETTELO**LIITE 1.** Kokoustilat Seinäjoella**LIITE 2.** Kokoushotellit Seinäjoella**LIITE 3.** Haastattelulomake

1 JOHDANTO

Valtakunnalliset toimijat, kuten liitot, järjestävät vuosittain useita kävijämääriltään runsaita kokouksia, mutta Seinäjoki jää valitettavan usein välistä kokouskaupunkia valittaessa. Työn tavoitteena on selvittää, mitä valtakunnalliset toimijat tarvitsevat ja toivovat kokouskaupungiltaan sekä millainen on hyvä kokouskaupunki, kohteena erityisesti Seinäjoki. Tavoitteena on selvittää myös tärkeimpiä tekijöitä, jotka estävät kokouksen tulemisen Seinäjoelle. Päädyin valitsemaan aiheen oman mielenkiinnon kohteideni kautta. Olen reilun vuoden ajan työskennellyt hotellissa, jossa järjestetään paljon kokouksia sekä seurannut vierestä monia suurempia Seinäjoella järjestettyjä kokouksia ja muita tapahtumia. Kiinnostuin selvittämään, mitä mieltä Seinäjoella vierailevat kokousasiakkaat ja suurempien organisaatioiden työntekijät ovat kaupungista ja sen palveluista sekä millä tavalla kaupunkia voisi kokousten suhteen kehittää. Seinäjoki on kaupunkina minulle hyvin tuttu, minkä vuoksi päätin rajata työn maantieteellisestikin koskemaan vain sitä. Halusin myös työlläni tuottaa hyötyä kaupungille ja sen organisaatioille. Valitsin tutkimuksen kohderyhmäksi suuremmat organisaatiot, jotka järjestävät tapahtumiaan vuosittain ympäri Suomen. Otin työtä suunnitellessani yhteyttä Seinäjoki Congress Oy –organisaatioon ja sain heiltä toimeksiannon ja hyviä ideoita siitä, mitä tavoitteita työllä voisi olla ja mihin sitä tehdessä kannattaa keskittyä.

Seinäjoki Congress Oy on kaupungissa toimiva kokousten myyntiyhtiö. Yksi kokousjärjestäjä Seinäjoella on myös matkailuneuvonnassa toimiva Etelä-Pohjanmaan Matkailun kokoustoimisto. Seinäjoki Congress Oy toimii asiantuntijana koskien Seinäjoella käytettävissä olevia kokousresursseja. Se tarjoaa yrityksille neuvontaa ja ideoita, sekä kokoaa kaupungissa olemassa olevista resursseista kokouksen tarpeisiin ja kokoluokkaan sopivan ehdotuksen. Seinäjoki Congress Oy pystyy soveltamaan työtä yhteistyössä paikallisten yritysten kanssa ja ottaessaan yhteyttä potentiaalisiin asiakkaisiin markkinoidessaan Seinäjokea kokouskaupunkina. Työssä pyritään keräämään yhteen Seinäjoella tapahtumia järjestäneiden tai kaupungin valinnan ohittaneiden organisaatioiden päätöskriteereitä ja mielipiteitä Seinäjoesta, mikä hyödyttää myös toimeksiantajaa.

Hyvän kokouskaupungin ominaisuuksien selvittäminen on tärkeää niin Seinäjoelle kasvavana kaupunkina kuin myös yleisesti suurista kokouksista ja kongresseista kilpailtaessa sekä pienten ja keskisuurten yritysten muodostaessa kokouspaikan valintakriteereitään. Parhaassa tapauksessa työssä selvitetään kohderyhmään kuuluvien järjestöjen ja liittojen tarpeet siinä määrin, että työtä voi soveltaa myöskin muun kaupungin kohdalla.

Seinäjoesta kokouskaupunkina ei suoraan ole tehty samasta näkökulmasta aiempia tutkimuksia. Vaasan ammattikorkeakoulusta vuonna 2013 valmistui Mari Putilan työ, joka koski kokous- ja kongressipalveluiden asiakastytyväisyyttä Seinäjoella sijaitsevassa Hotel Sorsanpesässä. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta Emmi Vasikkaniemi teki vuonna 2014 opinnäytetyönsä, joka koski Seinäjoen imagoa kokous- ja tapahtumakaupunkina (Vasikkaniemi 2014.) Yksi Vasikkaniemen työn tavoitteista oli selvittää Seinäjoen imagon tilannetta sekä siihen vaikuttaneita tekijöitä. Tuloksista selvisi muun muassa se, että imagossa on vielä kehitettävää, jotta kaupungista saadaan vetovoimainen tapahtumakaupunki. Kyseisessä tutkimuksessa sijainti nähtiin sekä heikkoutena että vahvuutena, ja kyselyistä saatiin myös kehitysehdotuksia kaupungin imagon suhteen. Vasikkaniemen työ sivuaa osittain tässä työssä tutkittavia aiheita siinä mielessä, että tutkittaessa kokouspaikan valintakriteerejä tutkitaan tämän työn haastatteluissa myös mielipiteitä ja kokemuksia Seinäjoesta kokouskaupunkina. Vasikkaniemen työssä näkökulma Seinäjoesta kokous- ja tapahtumakaupunkina on kuitenkin laajempi ja aihe on rajatumpi keskittyen imagoon.

Tässä opinnäytetyössä kokous toimii yleisterminä kaikentyyppisille kokouksille ja kongresseille, työssä ei keskitytä vain yhdenlaiseen kokoustyyppiin, vaan työ käsittelee aihetta yleisesti. Teorian kautta selvitetään kokouspaikan valintaan vaikuttavia kriteerejä, mikä tekee kokouspaikkakunnasta hyvän ja mitkä ovat palvelujen ja tarjonnan perusvaatimukset. Teorian toinen osa käsittelee yrityksen ostoprosessia sekä sen yritysasiakassuhteita. Teorian jälkeen selvitetään Seinäjoen kokouspalvelujen nykytilannetta. Tämän jälkeen esitellään syyt, jotka johtivat käytettävän tutkimusmenetelmän valintaan. Itse tutkimus suoritetaan syvähaastatteluina, joista suurin osa on varauduttu tekemään puhelinhaastatteluina. Haastattelujen kautta selvitetään sekä potentiaalisten, että jo Seinäjoella kokousasiakkaina olleiden organisaatioiden kokouspaikan valintakriteerejä sekä mielipiteitä, kokemuksia ja kehitysehdotuksia kokouskaupungista. Teorian, nykytilanteen analysoinnin ja haastattelujen pohjalta muodostetaan johtopäätökset Seinäjoesta kokouskaupunkina sekä pohditaan kehittämisen kohteita ja Seinäjoen vahvuuksia kokouksista kilpailtaessa.

2 KOKOUSHMATKAILU JA KOKOUKSEN SISÄLTÖ

Kokouksen tyypillä ja sen ohjelmalla on suora vaikutus kokouspaikan valintaan, kokouspaikaksi valitaan matkustamisen tarpeesta merkittävästi riippumatta sellainen kohde, joka parhaiten täyttää kokouksen tarpeet. Kokouksen sisältö otetaan huomioon valinnassa kokonaisuuden toimivuuden kannalta. Järjestäjän toiveena saattaa esimerkiksi olla järjestää koko tapahtuma samassa rakennuksessa. Huomiota otetaan myös se, kuinka kokous, sen virallinen ja sosiaalinen ohjelma, pystytään mahdollisella kokouspaikkakunnalla liittämään sujuvasti toisiinsa.

2.1 Kokousmatkailun määritelmä

Kokous- ja kongressimatkailu on työhön liittyvää matkailua, jonka tarkoituksena on osallistua muutamasta tunnista jopa viikkoon kestäväan kokoukseen tai kongressiin (Verhelä 2000, 18). Kokousmatkailijoilla saattaa olla mukanaan myös seuralaisia, jotka luokitellaan vapaa-ajan matkailijoiksi. Kokous- ja kongressivieraat hyödyntävät monesti matkailun peruspalveluita, kuten kuljetus-, majoitus-, ravintola- ja ohjelmapalveluita. Kokousvieraista saattaa tulla myös potentiaalisia vapaa-ajanmatkailijoita, jos positiivinen kokemus kokouksen kohdekaupungista saa palaamaan kaupunkiin muissa merkeissä myöhemmin. (Verhelä 2014, 129.)

2.2 Erityyppiset kokoukset ja kongressit

Kokous on yleistermi, jolla tarkoitetaan laajasti erilaisia tilaisuuksia, joissa keskustellaan, päätetään asioita tai tiedotetaan niistä. Erilaisia kokoontumisia voivat olla muun muassa yhdistysten ja yritysten kokoukset, johtoryhmän kokoukset, myyntinäyttelyt, Internetin kautta tapahtuva seminaari eli Webinar sekä lääketieteelliset ja muut tieteelliset kokoukset. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 14–15.) Kokouksessa yrityksen, yhdistyksen tai muun organisaation jäsenet käsittelevät yhteisiä asioita. Kongressi taas on laajempi aihelähtöinen kokoontuminen, jonka päämäärää ei ole tarkemmin määritelty. Kongressin osatekijänä on myös sen sosiaalinen ohjelma, jonka aikana voidaan myös keskustella kongressin aiheesta. Konferenssilla sitä vastoin on päämäärä. Neuvottelun ja keskustelun tukena voidaan käyttää myös asiantuntijoiden lausuntoja. (Verhelä 2000, 19.)

Yleiskokouksilla tarkoitetaan virallisia organisaation tai liiton kokoontumisia, joiden osallistujat ovat ennalta määrättyjä ja joissa päätetään itse toiminnan kannalta tärkeistä asioista, kuten budjetista ja toimintasuunnitelmista. Vuosittain järjestettävää yleiskokousta sanotaan vuosikokoukseksi. Foorumilla keskustellaan mielenkiinnon kohteena olevasta aiheesta, kantaa voivat ottaa myös tunnetummat henkilöt. Symposiumissa asiantuntijat luennoivat aiheista, niistä keskustellaan ja pyritään etsimään ongelmaan suositeltavia ratkaisuja. Paneelikeskustelussa aihetta ohjaa puheenjohtaja, osallistujina ovat panelistit sekä yleisö. Seminaariin osallistuvat aiheesta kiinnostuneet asiantuntijat taitojensa lisäämiseksi ja uuden oppimista varten. Työpajan eli workshopin avulla etsitään ratkaisuja ja vastauksia ongelmiin, sen ominaispiirteinä ovat ajatusten vaihtaminen ja vapaa keskustelu. Muita kokoustyyppisiä ovat muun muassa puhelimen välityksellä käytävä telekonferenssi, videokonferenssi, ideoita tuottava aivoriihi, perehdyttämistilaisuus, kansalliset kokoukset, joiden kaikki osallistujat ovat samasta maasta, missä kokous järjestetään, kansainväliset kokoukset, julkishallinnon kokoukset sekä vapaamuotoiset, epäviralliset kokoukset. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 19–26.)

2.3 Kokousohjelma ja oheisohjelmat

Kokouksen ohjelmaan kuuluu usein pääluennon lisäksi pienempiä päällekkäisiä luentoja, työpajoja tai ryhmätöitä. Kokouksen sosiaalinen tarkoitus on pitää yllä ja luoda saman alan tekijöiden suhteita. Myös kokouskaupunki voi osoittaa vieraanvaraisuutensa toivottamalla osallistujat tervetulleiksi. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 58.) Yleisluennot ovat kaikille osallistujille tarkoitettuja, eivätkä ne ole muiden luentojen kanssa päällekkäin. Niistä voidaan käyttää myös nimitystä täysistunto, mikäli ne käsittelevät aiheen kehitystä laajasti ja mikäli luennolla pyritään tekemään päätöksiä aiheen suhteen. Ohjelmapuheluennot taas antavat selvennyttä tärkeimmistä asiakohdista. Ne ovat yleisluentoja lyhempiä ja suunnattu pienemmille ryhmille. Luennot voivat olla myös vapaamuotoisempia, suullisia esityksiä, joiden aiheet keskittyvät käsiteltävien asioiden lisäyksiin. Yksi luentojen muoto ovat myös juliste-esitykset, joissa osallistujat tutustuvat materiaaliin vapaasti. Materiaalit laitetaan esille ajoissa ja puretaan esityksen päätyttyä, minkä jälkeen voidaan vielä keskustella materiaalin pohjalta. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 146.)

Kongressin oheisohjelma tapahtuu virallisen ohjelman ulkopuolella sitä häiritsemättä. Sen tarkoituksena on virkistää ja innostaa vierailemaan kohteessa myös uudestaan. Suomessa tuodaan usein esiin maan vahvuuksia: luonnonrauhaa ja luontokokemuksia, lähiruokaa ja käsin tekemistä sekä kesällä moninaisia kulttuurij- ja kesätapahtumia. Virkistysohjelmaa suunniteltaessa olisi vältettävä tavanomaisia vierailukohteita ja pyrkiä esittelemään vieraille kohteen ainutlaatuisempia piirteitä. (Aarrejärvi 2003, 106-107.) Oheisohjelma voi sisältää tervetulojuhlan, cocktail-tilaisuudet, yritysvierailut, seuralaisten ohjelman sekä kongressia ennen ja sen jälkeen järjestettävät retket. Isommissa kongresseissa on tärkeää huomioida myös osallistujien seuralaiset, joiden viihtymisen avulla kongressista saadaan onnistunut kokonaisuus. Oheisohjelman suunnittelun apuna ovat kokouspalvelutoimistot, paikkakunnan matkailutoimisto sekä ohjelmapalveluyritykset. Isommissa kokouskaupungeissa mahdollisuudet oheisohjelman järjestämiseen ovat usein monipuolisemmat. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 149–150.)

2.4 Kokouspaikan valinta

Kongressikaupungin tai -paikkakunnan menestymiseen vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa sen tieteelliset saavutukset, oheispalvelut, hinta-laatu –suhde sekä matkailuneuvonta. Kongressikaupungin valinnassa otetaan huomioon esimerkiksi kaupungin hintataso, kokoustilojen ja –hotellien sijainti toisiinsa nähden, saavutettavuus sekä turvapalvelut. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 32, 93.) Kongressin saamiseen kaupunkiin vaikuttavatkin monet tekijät niin itse kaupungissa kuin sen sijainnissa. Vaikuttavia tekijöitä ovat kokouspaikkojen monipuolisuus, majoitus- ja ravitsemispalvelut sekä kaupungin kokemus kongressien järjestäjänä olemisesta. Kokouspaikan valinnassa otetaan huomioon myös kongressipaikan sisäinen julkinen liikenne, siisteys, yleiset vetovoimatekijät, kuten luonto, nähtävyydet, kulttuuri ja ostosmahdollisuudet sekä kaupungin ilmapiiri, sen palveluallttius, ystävällisyys ja vastuullisuus. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 108.)

Tapahtumapaikan valinta vaikuttaa itse kokouksen onnistumiseen. Paikan valintaan voivat vaikuttaa myös sen sijainti kohderyhmään nähden, tilojen riittävyys ja niihin liittyvät kustannukset. Paikkaa valittaessa on myös mietittävä, miten se sopii tilaisuuden imagoon. Hyvän kokouspaikan valintaan kuuluu myös huomioida asioita tapahtuman kohderyhmästä, kuten sukupuoli-jakauman, iän ja koulutuksen suhteen. Kokouspaikka on tärkeä miettiä erityisesti ohjelman kannalta, sekä miten tila sopii itse kokouksen ja vapaa-ajantoiminnan yhteensovittamiseen. Muita huomioitavia asioita valinnassa ovat kokouksen budjetti, organisaation kokoushistoria, kokouspaikan sovitut valintakriteerit sekä organitoriset käytännöt ja tilan varauskalenteri halutulle ajankohdalle. On myös hyvä varmistaa, ettei valitussa kiinteistössä tehdä remonttia juuri ennen ajankohtaa tai kokouksen aikana häiriötekijöiden minimoimiseksi. (Alma 360 Oy Kokouspaikat.com 2015; Kauhanen, J, Juurakko & Kauhanen, V, 2002, 38.)

3 KOKOUSPAIKKAKUNNAN PALVELUT

Tilaisuuksilla ja tapahtumilla on aina vaikutusta ympäröivään alueeseensa. Tapahtumatoiminnan vaikutusten arviointi auttaa kohteen kehittämisessä sekä uusien sidosryhmien hankinnassa. Sosiaalisina vaikutuksina kokoukset tuovat paikalle arvostusta, luovat imagoa ja tunnettuutta sekä kohdentuvat nimenomaan tapahtuman paikkakunnalle. Suorat taloudelliset vaikutukset syntyvät osallistujien ja järjestäjien käyttäessä paikkakunnan palveluja. (Seinäjoen Teknologiakeskus 2015 b.) Kokouspaikkakunnan palveluyritykset ja matkailuelinkeino hyötyvät järjestettävistä tapahtumista ja kokouksista niin taloudellisesti kuin toiminnan jatkuvuudenkin kannalta. Suurin vaikutus paikalliselle elinkeinolle syntyykin kokouspaikkakunnan tunnettuudesta. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 88.)

3.1 Kokous- ja kongressipalveluorganisaatiot

Suurimmilla kongressikaupungeilla ja –paikkakunnilla on oma ammattijärjestäjäorganisaationsa, joka toimii asiantuntemuksensa ja kokemuksensa ansiosta kokoontumista suunnittelevan yrityksen apuna. Usein yrityksellä itsellään ei ole resursseja tai riittävästi kokemusta normaalin työn ohella hoitaa kongressin tieteellisen ohjelman suunnittelun lisäksi myös käytännön järjestelyjä. Kongressipalvelu-toimistot voivat auttaa yritystä muun muassa maksuttomassa konsultoinnissa erityisesti jo kokoontumisen suunnitteluvaiheessa, logistiikassa, taloussuunnittelussa ja muissa järjestelyissä sekä osallistujien rekisteröinnissä ja neuvonnassa, majoitusvarauksissa, osallistumismaksujen hoitamisessa sekä kongressin oheisohjelman suunnittelussa. (Aarrejärvi 2003, 24–25.) Jo myyntityössä huomioidaan kokousten ja muiden tilaisuuksien räätälöinti asiakkaan toiveiden mukaisiksi, jolloin myös kokouskaupungin kilpailukyky nousee. Tällöin palvelu on asiakassuuntautunutta, monipuolista ja joustavaa (Rautiainen & Siiskonen 2013, 133.)

Kongressitoimistojen yhteistyökumppaneita voivat olla itse kunta tai kaupunki, kokouspaikat ja kongressikeskukset, korkeakoulut sekä useat hotellit ja liikenneyhtiöt. Kongressitoimistoilla on usein käytössään uusinta teknologiaa sekä käyttöjärjestelmiä tiedonhallintaan, suunnitteluun ja vieraiden rekisteröintiin. Muita kongressipalvelutoimistojen tehtäviä voivat olla raportointi ja tilastointi, aikataulutus, rahoituskonsultointi sekä markkinointi. Kokouskaupunkien markkinoinnissa tärkeää on pysyä ajan tasalla ja hyödyntää niitä kanavia, joilla kohderyhmä on saavutettavissa. Kongressitoimistot suorittavat jatkuvasti myös kartoitusta ja hakevut potentiaalisia asiakkaita (Rautiainen & Siiskonen 2013, 100-103, 183.)

3.2 Taloudellisuus kilpailukeinona

Tapahtumissa taloudelliset tavoitteet ovat suorista tai välillisiä. Suorissa tavoitteissa hyöty tulee järjestävälle organisaatiolle itse tilaisuudesta myynnin kautta. Välillisten tavoitteiden kautta luodaan edellytyksiä suuremmalle menestykselle, esimerkiksi työntekijöiden osaamisen tukeminen ja kouluttaminen. Pitkän aikavälin tavoitteiden tulos voidaan arvioida vasta reilusti tapahtuman jälkeen. Tapahtuman sisällön tavoitteena voi olla esimerkiksi järjestävän organisaation imagon kohentaminen. Sisällölliset tavoitteet ovat olennaisimpia yleishyödyllisten yhdistysten tilaisuuksissa, joissa kokoontuvat puolueen jäsenet tai vaikka saman harrastuksen omaavat henkilöt. (Kauhanen ym. 2002, 45–46.)

Kokouksen tai kongressin järjestävä taho tekee tarjouspyynnöt tarvitsemistaan tiloista, majoituksista ja oheispalveluista ja lähettää ne usealle yritykselle vertailun vuoksi. Päätökseen vaikuttavat hinnan ohella myös palveluntarjoajan aikaisempi kokemus kokouspalveluiden järjestämisestä. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 57.) Palveluja tarjoavan osapuolen tehtävänä on vakuuttaa ostavan organisaation päättävä osapuoli palveluistaan ja kiinnostavuudestaan verrattuna kilpailijoihin. (Seinäjoen Teknologikeskus 2015 a.) Ostava organisaatio vertaa saamia tarjouksia budjetoituihin varoihin ja tekee päätöksen. Hinnan lisäksi on tärkeää tarkastella myös saatujen tarjousten hinta-laatu -suhdetta, halvin saattaa loppupeleissä tulla odotettua kalliimmaksi (Kauhanen ym. 2002, 74.)

3.3 Saavutettavuus ja kuljetukset

Kohderyhmän ja osallistujien kannalta tärkeä tekijä on paikan sijainti, ja etäisyyttä tärkeämpi asia onkin kohteen tavoitettavuus, esimerkiksi hyvät julkiset liikenneyhteydet (Kauhanen ym. 2002, 38). Kokouspaikkakuntaa valittaessa huomioidaan kulkuyhteydet hotellin, kokouspaikkojen, rautatieaseman ja mahdollisesti lentokentän välillä sekä minkä verran näiden lisäksi tarvitaan omia kuljetuksia. Kuljetuksia ja julkisen liikenteen käyttöä suunniteltaessa pyydetään myös liikenneyhtiöiltä tarjoukset. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 154.) Erityisesti vieraita varten erikseen järjestetyistä kuljetuksista on oltava selkeät aikataulut, jotka jaetaan osallistujille ja laitetaan esille kokouspaikalle ja mahdolliseen majoituspaikkaan. Liikennöintiyrityksen kanssa on tärkeää varmistaa aikataulut ja muutokset vielä ennen kongressia väärinkäsitysten välttämiseksi. (Aarrejärvi 2003, 76.)

3.4 Majoituspalvelut

Majoitusta valittaessa huomioidaan huonetyypit ja tarvittavien huoneiden määrä, sekä majoituksen yleinen hintataso (Rautiainen & Siiskonen 2013, 119). Majoitus on helposti hoidettavissa muiden järjestelyjen ohella, mikäli tapahtuma järjestetään kokoushotellissa. Myös muissa tapauksissa majoituspaikan tulisi olla helposti saavutettavissa. Järjestäjä varaa hotelleista usein kiintiöt osallistujien varauksia varten, huoneet vapautetaan takaisin yleiseen myyntiin sovitun päivämäärän jälkeen ennen kokousta. Osallistajat voivat varata huoneet järjestäjän kautta tai suoraan hotellista. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 56.) Majoitusta valittaessa otetaan huomioon edellisten kokousten suositut hotellityypit, keskustellaan erikoishinnoista hotellin myyntipalvelun kanssa ja varataan huoneet tai tehdään kiintiövara. Hotellin vaihtoehtona majoitus voi kokouksen tyyppistä riippuen olla myös huoneistohotelleja, lomamökkejä tai jopa retkeilymajoja. Tärkeää on muistaa myös huoneiden peruutusehdot sekä majoituspaikan informointi kokouksen ja mahdollisten kuljetusten aikatauluista. Osallistujille lähetetään myös valitun hotellin sijainti ja yhteystiedot. (Aarrejärvi 2003, 71–72.)

3.5 Ravintolapalvelut

Tarvittavilla oheispalveluilla ja niiden saatavuudella, kuten ravintolapalveluilla ja pysäköintimahdollisuudella, on merkitystä jo kongressipaikkaa valittaessa (Kauhanen ym. 2002, 38). Kokoukseen tarvittavia ravintolapalveluita voivat olla muun muassa lounaat ja illalliset, kahvihetket ja cocktail –tilaisuudet. Monipuoliset vaihtoehdot erikoisruokavaliot huomioiden edustavat hyvin suomalaista ja paikallista kulttuuria, suosioon on noussut myös lähiruoan käyttö. Tarjouspyynnössä voidaan jo sopia ruokailujen maksutavoista, useimmiten tarjoilut kuitenkin sisältyvät osallistumismaksuihin. Kokoushotelleilla on usein järjestäjille tarjottavanaan kokouspaketteja, joihin sisältyvät vähintäänkin tilojen käyttö ja ateriat. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 120.)

4 KONGRESSIEN TOIMITILAT

Kokouksen tyyppi ja osallistujamäärä vaikuttavat siihen, minkälaisia tiloja tarvitaan. Kokouspaikan valinnassa otetaan huomioon tekijöitä niin itse kokoustilojen tilavuudesta ja turvallisuudesta kuin kongressitekniikan nykyaikaisuudestakin. Kokouspaikalle matkustettaessa voidaan pienempien ryhmien tapauksissa hyödyntää myös itse matka, esimerkiksi kokouksen järjestelytoimikunta voi vielä jurnamatkan aikana käydä läpi kokouksen aikataulua ja muutoksia.

4.1 Kongressi- ja monitoimikeskukset

Kongressin järjestämiseen on olemassa runsaasti mahdollisia tiloja, esimerkkeinä kongressi- ja monitoimikeskukset, jotka ovat edustavia paikkoja erityisesti suuremmille tapahtumille. Keskukset voivat kuitenkin olla palveluiltaan ja tarvikkeiltaan puutteellisia. Pienemmät työskentelytilat saattavat olla vähäisiä tai puuttua kokonaan ja aulatilat eivät ole käytännöllisiä tai riittävän suuria. Rakennusten arkkitehtuuri on kuitenkin usein modernia ja edustavaa ja tekninen varustelu on ajan tasalla. Kokouksen järjestäminen kongressi- tai monitoimikeskuksessa tulee helposti kalliiksi, jos koko rakennus on vuokrattava henkilökuntineen. (Aarrejärvi 2003, 13.) Kongressikeskusten lisäksi hyviä kokouspaikkoja suuremmille tapahtumille ovat myös konsertti- ja oopperatalot, urheiluhallit ja messukeskukset (Rautiainen & Siiskonen 2013, 33).

4.2 Hotellit

Pienille ja keskisuurille kokouksille toimiva ratkaisu on käyttää hotellien monipuolisia tiloja. Kokousjärjestäjille saattaa olla vaikea löytää erillistä työtilaa, mutta parhaassa tapauksessa kokouksen sujuvuutta pystytään edistämään hyvin suunnitellun tilankäytön avulla. Hotellin valinnassa otetaan huomioon tapahtuman luonne ja sen sopivuus hotellin sijaintiin ja tiloihin nähden. (Aarrejärvi 2003, 13.) Kokoushotelleissa myyntipalvelun rooli on tärkeä aina asiakashankinnasta kokousten suunnitteluun ja jälkimarkkinointiin (Rautiainen & Siiskonen 2013, 66). Suomen hotelleista jopa 80 %:lla on tarjottavanaan kokouspalveluja, erityisesti liikematkustajien paljon suosimilla hotelleilla. Kokoushotellien etuna on myös se, että samasta paikasta on kokouksen ohella helposti saatavilla niin majoitus- kuin ravintolapalvelutkin. Sijainnin lisäksi hotellin valintaan vaikuttavat muun muassa hinta, turvallisuus, nettiyhteydet, aamiainen, ravintola, paikoitus, ekologisuus, toimitusehdot sekä hotellin taso. Hotelleilla on monipuolisesti myös kokoustekniikkaa ja -tarvikkeita. Osallistujat arvostavat hotellin ominaisuuksista erityisesti ravintolapalveluja, turvallisuutta, asiakaspalvelun tasoa, myyntihenkilöiden ammattitaitoa ja toimivia tiloja. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 42–44.)

4.3 Yliopistokeskukset

Yliopistot ovat käytettävissä kongresseihin erityisesti kesällä ja ne sopivat hyvin luentomuotoisiin kokouksiin. Ongelmana voi olla löytää sihteeristölle ja palvelutiskille sopivat tilat, ja opiskelijoiden läsnäolo muina ajankohtina kuin kesällä vaikeuttaa tilojen saatavuutta. Ruokailu on usein melko helposti järjestettävissä yhteistyössä koulun ravintolan kanssa. Yliopistokeskuksissa ongelmana on usein myös byrokraattisuus, joka voi vaikeuttaa järjestelyjä sekä siivouspalvelut, jotka on sovittava erikseen. (Aarrejärvi 2003, 14.) Yliopistojen käytössä etuna ovat auditoriotyyppiset salit sekä suuri määrä käytettävissä olevia erikokoisia tiloja. Yliopistoissa ja korkeakouluissa on usein myös korkeatasoista tekniikkaa ja hyvät kokousvälineet. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 45.)

4.4 Junat, bussit ja laivat

Edullisempia kokoustiloja löytyy paremmin kaupunkien ulkopuolelta, näihin kohteisiin matkustaminenkin voidaan hyödyntää pitämällä erilaisia kokouksia. Junissa on varattavissa konferenssivaunu isommalle ryhmälle tai pieni kokoustila Pendolino–junissa noin seitsemälle henkilölle. Bussilla matkustaessaan yritykset usein vaativat hyvää tasoa niin kalustolta kuin lisävarusteiltakin. Tilausajobussissa on muun muassa oltava pöydät, wc, videot ja jopa kahvinkeitin. (Rautiainen ja Siiskonen 2013, 45.) Laivat ja risteilyt ovat myös monipuolisia kokouspaikkoja, joissa kokouksen asiaohjelmaan on helppo yhdistää viihdettä ja oheisohjelmaa. Laivan oman ohjelman lisäksi tarjolla on usein myös kylpyläosasto ja hyvinvointipalveluja, kuten kuntosali ja hierontaa. Osallistujilla on myös mahdollisuus ostoksiin vapaa-ajallaan. Järjestäjän työ helpottuu huomattavasti, kun kaikki palvelut ovat saatavilla samasta paikasta, ja ryhmä ei ehdi kadota kauas. Kokouksen maisemakin on upea näkymä merelle tilojen sijaitessa yläkansilla. Tilat ovat laivoilla muunneltavia ja tietotekniikka korkeatasoista, myös ravintoloita on monipuolisesti buffet-ruokailun lisäksi. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 45–46.)

4.5 Kokoustilojen toimivuus

Yleisesti hyvä tila on yksinkertainen ja jaettavissa, aulat ovat tilavat ja tilaisuudessa myös järjestäjillä, luennoitsijoilla ja sihteeristöllä on mahdollisuus omiin tiloihinsa, tavarantoimitus on huomioitu säilytystilojen ja lastauspaikan läheisyydellä sekä säilytystilojen riittävydellä. Tilat ovat helppokulkuisia ja myös liikuntarajoitteisille sopivia. Isommassa tilaisuudessa on oltava pääsalin lisäksi myös riittävästi tiloja pienryhmien töitä varten. (Aarrejärvi 2003, 11.) Huomioon on otettava myös osallistujamäärän mukaisesti tilojen riittävyys, mukavuus ja osallistujamäärän muuttuessa myös tilojen muunneltavuus. Jo alkuvaiheessa kokousta suunniteltaessa sekä talousarviota tehtäessä yksi merkittävä tekijä on tilan varustus ja vuokra. Mikäli tilaan tarvitsee lisätä runsaasti tarvikkeita, tilan loppuvuok-rasta voi tulla huomattavasti odotettua kalliimpi. (Kauhanen ym. 2002, 38.)

Kokoustilan valintaan vaikuttavat myös rakennuksen tekniset valmiudet, henkilökunnan ammattitaito ja palvelualttius, lähiympäristön palvelut, tauko- ja lounastilat sekä turvallisuuspalvelut (Rautiainen & Siiskonen 2013, 55). Kokoustiloista löytyy useimmiten perustarvikkeet ja apuvälineet, kuten valkokangas, lehtiötaulu, muistinpanovälineitä, nitoja ja sakset. Hyvin varustetussa tilassa voi lisäksi olla muun muassa tietokone Internet-yhteydellä ja perusohjelmilla, mikrofonit, videotykki, mahdollisuus järjestää videoneuvotteluja sekä TV-järjestelmä kaiuttimineen. Kokoustilassa saattaa myös olla kokoustarvikepylväs tai -hyllykkö, joka sisältää pieniä tarvikkeita, kuten kyniä, niittejä ja tusseja kokouksen aikana hyödynnettäviksi. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 60–61.)

4.6 Kongressitekniikka

Varta vasten kongressien ja kokousten pitämiseen tarkoitetuissa tiloissa on usein valmiina kokousten perustekniikka, kuten fläppitaulut, projektorit ja mikrofonit. Tilavuokraan sisältyvä tekniikka kannattaa kuitenkin ottaa huomioon viimeistään sopimusta tehtäessä. Jos tilaisuuteen tarvitaan lisälaitteita, tarjouspyyntö kannattaa laittaa myös av-kalustoa vuokraavalle yritykselle, jolloin hintavertailu tukee päätöstä. (Aarrejärvi 2003, 15.) Esimerkkeinä kongressitekniikasta ovat mikrofonit, videotykki, tietokoneet, tulostimet, äänentoistolaitteet sekä salin av-tekniikka ja tiedonhallintaohjelmat. Kokouksissa paljon käytettyjä tiedonhallintaohjelmia ovat PowerPoint sekä tekstinkäsittelyohjelmat, kuten Microsoft Word. Ohjelmilla on helppo käsitellä muistioita, hoitaa kirjeenvaihtoa ja pitää kokouspäiväkirjaa. Muita hyödynnettäviä ohjelmia voivat olla muun muassa Excel-laskentaohjelma, sähköposti ja yrityksen omat kotisivut. Kongressitoimistoilla on usein oma tiedonhallintajärjestelmänsä tapahtumien hallintaan. Näissä ohjelmissa voi esimerkiksi rekisteröidä osallistujia, aikatauluttaa ohjelmaa, luoda raportteja ja pitää yhdessä paikassa tiedot majoituksista sekä oheisohjelmista. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 49–50.)

4.7 Turvatoimet

Turvallisuusvalvonnalla ehkäistään vahinkotapahtumia ja rikoksia sekä tehdään niiden tapahtuessa ilmoitukset. Teknisen valvonnan osana ovat valvontalaitteistot ja ilmoituksensiirtojärjestelmät. Videovalvonnan avulla turvataan valvotun alueen rajalla tapahtuvaa kulkemista, siihen voivat kuulua rakennukset ja piha-alueet, mutta myös sisäänkäynnit ja sisätilat. Valvontaa helpottavat myös lukitut tilat. Itse turvallisuuteen liittyvät henkilöturvallisuus, onnettomuudet ja tapaturmat, laite- ja paloturvallisuus sekä kokousturvallisuus. Turvallisuus ei välttämättä ole tärkein kriteeri kokouspaikkaa valittaessa, mutta sen merkitys kilpailutekijänä on noussut. Erityisesti se on tärkeää kokouspaikkojen turvallisuuteen liittyvän tietoturvan suhteen, johon asiakkaan on pystyttävä luottamaan. Monissa kongressikeskuksissa on käytössä myös äly- tai kulkukortit, joiden avulla huolehditaan kulunvalvonnasta. Valtion päämiesten tai kansainvälisesti merkittävien henkilöiden osallistuessa kongressiin turvallisuudesta vastaa poliisi. Apuna kuitenkin käytetään usein myös turvallisuusalan ammattilaisia ja yrityksiä. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 176–178.)

Turvallisuusriskejä ehkäistään aktiivisella puuttumisella ja riskianalyysin avulla. Riskit tunnistetaan ja arvioidaan niiden vaikutukset, ja analyysin pohjalta valitaan tilanteisiin sopivat toteutettavat toimenpiteet. Erityisesti kokouspaikan turvallisuusriskien arvioinnissa otetaan huomioon tilojen turvallisuus, poistumistiet ja lukitus, tapahtuman häiriöttömyys, esitysten ja esitysaineiston turvallisuus ja tietoturva, paloturvallisuus, piha-alueiden turvallisuus ja pelastusteiden esteettömyys sekä liikenteenohjaus ja tapahtuman aikaiset tekniset valvontajärjestelmät. (Rautiainen & Siiskonen 2013, 178–180.)

5 ASIAKASSUHTEET YRITYKSISSÄ

Business to business –suhteet ovat olennainen osa suurempien kokousten saamista kaupunkiin. Pitämällä hyvät suhteet nykyisiin ja potentiaalsiin yritysasiakkaisiin kongressipalvelutoimisto ja kaupunki pystyvät osaltaan edistämään paikan houkuttelevuutta kokouksia ja kongresseja järjestävien silmissä. Myös yritysten välisiä suhteita luotaessa tärkeää on löytää ne oikeat asiakasryhmät eli segmentit, jotka myös itse hyötyisivät verkostoitumisesta.

5.1 Segmentointi

”Segmentointi on laajan asiakasjoukon osittamista valittujen kriteerien mukaisesti pienemmiksi asiakasryhmiksi, joita varten voidaan kehittää omia markkinointistrategioita paremman markkinoinnin tehokkuuden aikaansaamiseksi” (Tikkanen 2005, 215). Segmentointi auttaa yritystä hallitsemaan eri asiakasryhmiä ja kohdentamaan markkinointiaan, jolloin sillä on paremmat mahdollisuudet menestyä kilpailussa. Segmentointia voidaan suorittaa muun muassa tyyppi- ja asiakassuhdesegmentointitasoilla. Tyyppisegmentoinnilla kuvataan mahdollisimman tarkasti valitun kohderyhmän piirteitä. Tärkeää siinä on huomioida kaikki ne tekijät, jotka erottavat segmenttiin kuuluvien ostamistapoja muista. Asiakassuhdesegmentoinnin avulla määrittely tapahtuu itse asiakassuhteen perusteella. Jaottelussa käytetään neljää pääryhmää. Volyymiasiakkaat ovat yritykselle usein tuottavin ryhmä, johon kuuluvat myös määrällisesti pienin ryhmä eli kanta-asiakkaat. Satunnaisasiakkaita taas on määrällisesti eniten, ja yrityksen tavoitteena on saada heidät kanta-asiakkaikseen. ”Ei vielä” –asiakkaat kuuluvat yrityksen kohderyhmään, ja heitä yritetään saada kokeilemaan tuotteita tai palveluja esimerkiksi tarjouksilla. Viimeiseen ryhmään kuuluvat entiset asiakkaat, jotka syystä tai toisesta ovat siirtyneet käyttämään kilpailijoiden tuotteita. Tärkeintä on pitää toiminta vahvana ja sujuvana, jotta asiakassuhteiden kehittyminen entisiksi voitaisiin ehkäistä, sillä näiden asiakkaiden takaisin saaminen ja maineen kolhiintumisen korjaus on huomattavasti haastavampaa. (Rope & Vahvaselkä 1992, 46–48.)

Organisaatioiden luokittellessa yritysasiakkaitaan edellä mainitun tyyppisegmentoinnin avulla ensimmäisenä valitaan yritystyyppi. Yritys voidaan luokitella muun muassa sen maantieteellisen sijainnin, toimialan, ostopäätösprosessin tai koon mukaan. Toisessa vaiheessa määritellään kyseisessä yritystyyppissä ostoprosessiin osallistuvat henkilöt ja valitaan lopullinen segmentti. (Rope & Vahvaselkä 1992, 46–47.)

5.2 Yritysten väliset suhteet

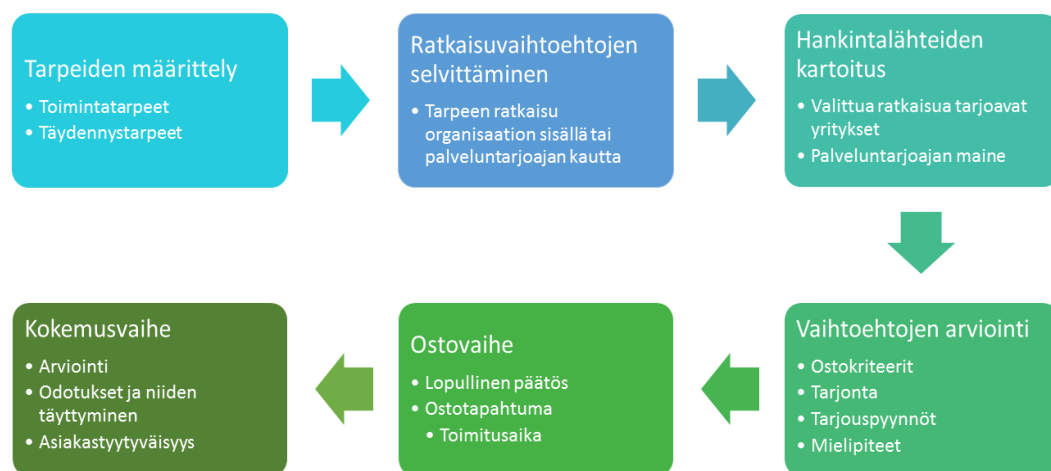
Asiakassuhde voi olla kahden yksilön välinen, yrityksen ja yksilön tai kahden yrityksen välinen suhde. Yritysten välinen suhde pitää sisällään monia sidoksia, se yhdistää useita järjestelmiä ja ihmisiä. Yrityssuhteet perustuvat pitkälti vuorovaikutussuhteisiin henkilöiden välillä, massamainontaa tehokkaampi tapa markkinoida ovatkin nämä yritysten ihmisten väliset suhteet. Myös avainasiakassuhteita pidetään yrityksen menestystekijöinä, näissä suhteissa yritys pystyy tuomaan asiakkaalleen lisäarvoa, jota ei kilpailijoilla ole. (Tikkanen 2005, 34–36.) Asiakassuhteiden johtamiseen kuuluu neljä osaa. Näistä ensimmäinen on asiakassuhteiden segmentointi, mahdollisten asiakkaiden tunnistaminen ja nykyisten tunteminen. Toiseen osioon kuuluu myös avainasiakassuhteiden luokittelu. Seuraavana ovat markkinatutkimukset ja päätöksentekoa tukevan asiakastiedon hankinta, suhteiden luominen asiakkaisiin sekä näiden suhteiden kehittäminen, ylläpito ja tarvittaessa lopettaminen. Viimeisenä osa-alueena on mielikuvien luominen suunnitelmien mukaisesti ja systemaattisesti. (Tikkanen 2005, 38.) Suhteiden hoitaminen on otettava osaksi toimintaa myös prosessien ulkoistamisessa. Ulkoistamisessa yrityksen osaamisen ulkopuolelle jäävät prosessit annetaan asiantuntevan yrityksen vastuulle. Niin yritysten välisissä kuin kuluttajasuhteissakin tärkeää on ajatella pitkällä tähtäimellä sekä saada asiakas käyttämään uudelleen yrityksen palveluja. (Tikkanen 2005, 63, 72.)

6 ORGANISAATION OSTOPÄÄTÖSKRITEERIT

Opinnäytetyön kannalta olennaista on pitää mielessä kongressitoimiston ja muiden kaupungin kokouspalveluiden sekä niiden asiakasyritysten välisten suhteiden näkökulma. Yrityksen oman osallistumisen määrä kokouksen ostoprosessiin ja käytännön järjestelyihin riippuu paljon siitä, päättääkö se käyttää apunaan kongressipalvelutoimistoa vai tehdä kaiken omilla resursseillaan. Resurssien tarpeen laajuus riippuu osaltaan kokouksen tai kongressin koosta ja osallistujamäärästä. Organisaation päätösprosessia kokouksen järjestämisen ja kokouspaikkakunnan valinnan suhteen voidaan myös soveltaa yleiseen ostoprosessiin. Parhaiten ostoprosessi toimii kokousten suunnittelun apuna, kun järjestelyissä on mukana myös kongressipalvelutoimisto tai matkailuneuvonta. Ammattijärjestäjä voi prosessissa kartoittaa vaihtoehtoja, jolloin yritys voi keskittyä itse päätöksentekoon.

6.1 Ostoprosessin vaiheet

Ostoprosessi on yrityksillä perusrakenteeltaan yhteneväinen riippumatta siitä, ostetaanko hyödyke tuotantoa, toimintaa vai jälleenmyyntiä varten. Päätöksiin osallistuvien henkilöiden roolit ja määrä sen sijaan ovat erilaiset eri hyödykkeitä hankittaessa. Ostoprosessissa on kuusi vaihetta kuvion 1 mukaisesti. (Rope 1998, 19.)



Kuvio 1. Organisaation ostoprosessi (Rope 1998, 19-24).

6.1.1 Ennen ostotapahtumaa

Ensimmäisenä prosessin alkaessa määritellään yrityksen tarpeet. Toimintatarpeet liittyvät perustehtävään ja ne ovat välttämättömiä toiminnan kannalta. Täydennystarpeet eivät ole välttämättömiä, mutta ne tukevat toimintaa ja osaamista, kuten koulutuspalvelut. Täydennystarpeisiin kuuluvia tuotteita markkinoiva yritys saa tehdä enemmän töitä saadakseen asiakasyrityksensä ostoprosessin liikkeelle, mikä jälkeen pyritään saavuttamaan voitto kilpailevista yrityksistä ja tuomaan ostopäätös omaan tuotteeseen. Toiminta- ja täydennystarpeiden välinen ero on häilyvä, eri palveluiden välttämättömyys on organisaation oman mielipiteen varassa. Heikossa taloustilanteessa organisaatiot helposti vähentävät menojaan täydennystarpeiden suhteen. (Rope 1998, 20–21.)

Ostoprosessin toisessa vaiheessa selvitetään vaihtoehtoisia ratkaisuja. Siinä pyritään hakemaan sellaisia ratkaisuja, jotka ratkaisevat tarpeen mahdollisimman hyvin. Esimerkiksi siivous voidaan ratkaista palkkaamalla siivousliike, oma siivooja tai jakamalla siivoustehtävät omien työntekijöiden kesken. Palvelun markkinoijan on tässä vaiheessa osoitettava oman ratkaisunsa toimivuus. Palveluntarjoajan on oltava aktiivinen erityisesti silloin, kun vanhan toimintamallin tilalle esitetään täysin uutta ideaa. Kolmantena vaiheena pidetään hankintalähteiden etsimistä eli valittua ratkaisumallia tarjoavien yritysten kartoittamista. Tunnettuus ja hyvä maine edesauttavat palveluntarjoajan valintaa, tunnettuutta yritys voi lisätä muun muassa markkinoinnilla. Neljännessä vaiheessa ostava yritys valitsee ostokriteeriensä ja tarjonnan perusteella parhaan vaihtoehdon. Vaihtoehto valitaan usein tarjouspyyntöjen pohjalta, mutta päätöksiin vaikuttavat paljon myös niihin osallistuvien työntekijöiden mielipiteet. (Rope 1998, 22–23.)

6.1.2 Ostotapahtuma ja kokemukset

Viides vaihe on itse ostovaihe. Yritys päättää lopullisesti, minkä palveluntarjoajan se valitsee, ja ostaa tuotteen tai palvelun. Ostaminen saattaa kuitenkin esimerkiksi pitkän toimitusajan vuoksi estyä, ja palvelu joudutaan hankkimaan muualta kuin mistä suunniteltiin. Viimeisessä eli kuudennessa vaiheessa arvioidaan odotusten täyttymistä kokemusten perusteella. Palvelun myyneen organisaation kannalta on tärkeää varmistaa asiakkaan tyytyväisyys, erityisesti yritysmarkkinoilla. Yritysmarkkinoilla maine kulkee nopeasti ja potentiaalisten asiakkaiden määrä on huomattavasti rajatumpi, myös asiakasuskollisuus ja asiakassuhteet ovat aivan eri tasolla palvelujen toimiessa hyvin. Tämän vuoksi organisaatioiden yritysasiakassuhteiden ylläpitäminen on tärkeää ja edellytys niin yhteistyön jatkumiselle kuin uusien suhteiden syntymisellekin. (Rope 1998, 23-25.)

6.2 Ostoprosessiin osallistujat

Päätöksentekijä on aina henkilö, työntekijä yrityksessä, ja sillä perusteella ostopäätös ei voi täysin perustua rationaalsiin kriteereihin. Ostoprosessiin osallistuvan omat ominaisuudet ja taustat, kuten myös rooli ja tehtävä organisaatiossa, vaikuttavat henkilön päätöksentekoon. (Rope 1998,42). Ostotoiminnassa on tärkeää huomioida myös se, että ostoon päätyminen on useiden päätösten jono, jossa on useita vaikuttajia (Rope 1998,44). Päätöksiä tehdään emotionaaliselta pohjalta, mutta ne on pystyttävä perustelemaan niin itselle kuin muillekin valinnan rationaalisilla ominaisuuksilla, kuten laatutekijöillä (Rope 1998, 48).



Kuvio 2. Ostoprosessiin osallistujat (Rope 1998, 25-27).

Suuremmissa yrityksissä ostoprosessiin osallistujia on useita. Ostettavan laitteen tai muun hankinnan tuleva käyttäjä arvioi vaihtoehtoja niiden toimivuuden ja mukavuuden perusteella, mikä on tärkeää jo tarpeiden muodostamisvaiheessa. Ostohankinnan vaikuttajat ottavat huomioon kokonaisuuden ja hankinnan toimivuuden pitkällä aikavälillä. Nämä vaikuttajat ovat alansa asiantuntijoita ja toimivat vahvasti läpi koko ostoprosessin. Organisaation ostajat arvioivat hankintaa sen edullisuuden kannalta, he hallitsevat hyvin hinnoilla keinottelun, mikä on tosin vain yksi osa ostokriteereistä. Päätöksentekijät osallistuvat hankintaan usein vasta päätösvaiheessa, jolloin heillä on käytettävissään valmiit vaihtoehdot. Organisaatioissa on vahvat päätöksentekijäroolit sen johtoon kuuluvilla henkilöillä. Yksi prosessiin osallistuvista tärkeistä ryhmistä ovat myös koordinaattorit, jotka varmistavat hankintojen taloudellisuuden ja vaikuttavat ostoprosessin eri vaiheisiin. Heidän työnsä on varmistaa, että hankittu tieto on vertailukelpoista ja helpottaa päätöksentekoa. Myös koordinaattorin työtehtävät ovat käytössä vain suuremmissa yrityksissä ja he voivat toimia samalla myös vaikuttajina asiantuntijaroolissa. (Rope 1998, 25–27.)

Ostoprosessiin osallistuvien roolit usein yhdistyvät, varsinkin pienemmissä organisaatioissa. Erillisinä rooleina toimivat silti yleisimmin käyttäjä- ja päätöksentekijäroolit. Roolien jakaantuminen ja määrä riippuu itse hankinnasta ja sen vaikeudesta, ostotilanteen esiintymistaajuudesta ja pitkän aikajänteen merkityksestä, ostavan yrityksen koosta ja rakenteesta sekä itse organisaation työntekijöistä, heidän aktiivisuudestaan ja vastuunjaostaan. Tärkein vaikuttaja ostoprosessiin osallistuvien määrään on loppupeleissä yrityksen koko. (Rope 1998, 28–29.)

7 NYKYTILAN KARTOITUS - SEINÄJOKI

Seinäjoella on kokoonsa nähden monipuolisesti erilaisia ja erikokoisia kokoustiloja, ravintoloita sekä muita palveluja, jotka sijaitsevat aivan keskustassa tai lyhyen välimatkan päässä siitä. Liikenneyhteydet ovat hyvät niin kaupunkiin kuin sen sisälläkin. Kokoustilojen ja kokouksiin liittyvien palvelujen esittelyssä tässä työssä keskitytään noin viiden kilometrin säteelle keskustassa olevaan Seinäjoen kanta-kaupungin alueeseen, jossa on parhaat mahdollisuudet järjestää suuriakin tapahtumia. Seinäjoella kokousta järjestävä organisaatio voi saada ammattimaista apua myyntiyhtiö Seinäjoki Congress Oy:ltä sekä Etelä-Pohjanmaan Matkailun alla toimivalta kokouspalvelutoimistolta (Seinäjoen kaupunki 2015).

7.1 Oheisohjelma

Seinäjoki on monipuolinen kohde, jossa kokousvieraat voivat tutustua kaupunkiin niin kulttuurin, luonnon kuin lisääntyvien ympärivuotisten tapahtumienkin kautta. Kulttuurielämyksiä kaupungissa tarjoavat muun muassa Alvar Aallon suunnittelema Aalto-keskus, moderni Apila-kirjasto, Bio Marilyn -elokuvateatteri, Törnävän museoalue, vuoden teatteriksi 2015 nimetty Seinäjoen Kaupunginteatteri sekä kesäaikaan kesäteatterit. Myös konsertteja ja musiikkia on kaupungissa tarjolla monipuolisesti ympäri vuoden, musiikkielämyksiä tarjoavat muun muassa Seinäjoen Kaupunginorkesteri, Rytmikorjaamo sekä suuret konsertit Seinäjoki Areenalla. Seinäjoella on erilaisten ulkoilureitistöjen, esteettömien ulkoilureittien ja luontoalueiden lisäksi paljon mahdollisuuksia harrastaa ja virkistyä. TYKY-päivillä tai kokouksen ohessa aktiivisena kohteena on mahdollisuus vieraillla Seinäjoelle elokuussa 2014 avatussa Duudsonit Activity Parkissa, jossa on tilat myös pienille kokouksille. Alvari-kaupunkijunalla voi toteuttaa hauskan kierroksen kaupungissa noin 35 hengen seurueelle. (Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy 2015 b.)

Keilahalli on suosittu kohde, sen yhteydessä ovat muun muassa kuntosali, biljardipöytiä, squash–sali sekä buffet–ravintola. Seinäjoella on myös muuten hyvät mahdollisuudet urheiluun, kaupungilla on tarjottavanaan esimerkiksi uimahalli, jäähalli, urheilupuisto ja avantuintimahdollisuus. Kesäaikaan on mahdollisuus lainata pelivälineitä Lakeuden puistosta Fiilispuisto–pelivälinelainaamosta, ja värikuulasotaankin on välineitä vuokrattavissa Pohjanmaan Väripelit Ay:ltä. Lakeuden puistossa Fiilispuiston toimesta on kesällä mahdollisuus kokeilla myös frisbeegolfia, johon suurempi rata löytyy Törnävän alueelta. Virkistymään voi lähteä myös rauhalliselle Kyrönjoelle, jossa jokiristeilyjä toteuttaa kesäaikaan Kaanaa Lines. Ylistarosta, noin 25 kilometriä Seinäjoelta, voi vuokrata myös kanootteja. Melontaa voi harrastaa Kyrönjoella ja Seinäjoelta lähevällä 25 kilometriä pitkällä opastetulla Lakeuden jokiluontopolulla. Matkailijalle ja kokousvieraalle on kaupungissa myös hyvät ostosmahdollisuudet, saatavilla on myös pohjalaisia tuotteita. (Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy 2015 b.)

Oheisohjelman suunnitteluun ja toteutukseen organisaatio saa halutessaan apua, ja virkistystoiminnan voi ulkoistaa paikallisille järjestäjille. Yksi vaihtoehto oheisohjelman järjestämiseksi on ottaa yhteyttä Komiat Hetket Oy – yritykseen, joka järjestää paikallisena ohjelmapalveluyrityksenä TYKY–päiviä ja muuta elämysohjelmaa Seinäjoella ja lähialueilla (Komiat Hetket Oy 2015). Toinen paikallinen ohjelmapalveluyritys on myös Irti Arjesta Oy, joka tarjoaa ohjelmaa kajakkiretkistä värikuulasotaan (Irti Arjesta Tuotanto Oy 2015). Seinäjoella toimii kolmantena ohjelmapalveluyrityksenä S-Hyvä Olo Palvelut, joka tarjoaa TYKY–palveluja ja liikunnallista virkistysohjelmaa yrityksille (S-Hyvä Olo Palvelut 2015). Myös Restel Oy:n Tapahtumamaailma tarjoaa Cumulus–hotellien kautta oheisohjelmaa kokoustaville organisaatioille, ohjelmana voi olla muun muassa hyvinvointia ja liikuntaa, musiikkia tai luentoja (Restel Tapahtumaravintolat 2015).

7.2 Kokoustilat ja -hotellit

Kokoustilojen valikoima Seinäjoella on runsas. Kantakaupungin alueella on mahdollisuus järjestää kokouksia pienistä palavereista aina tuhansien henkilöiden seminaareihin. Nykytilan kartoitukseen otettiin mukaan kaupungin keskustan läheisyydessä viiden kilometrin säteellä olevia kokoustitiloja. Kokoustitojen tämänhetkistä vaihtoehtoista muodostettu taulukko löytyy työn lopusta ensimmäisenä liitteenä. Taulukossa on mainittu kokoustitoihin mahtuvien henkilöiden määrä sekä tilojen etäisyys matkakeskuksesta. Matkakeskus on Seinäjoen liikenneyhteyksien keskus, jossa sijaitsee rautatieasema, linja-autoasema sekä taksiasema. Seinäjoella ehdottomasti suurin kokous- ja kongressitila on Seinäjoki Areena, jossa tilaa on tuhansille, jopa 9000 henkilölle. Sen lisäksi kaupungissa on runsaasti pienempiä, muutaman kymmenen henkilön kokoustitiloja sekä tiloja useammille saadoillekin henkilöille.

Kokoukseen sopivia hotelleja on kaupungissa kuusi. Näistä hotelleista kaksi on majoituskapasiteetiltaan pienempiä hotelleja. Suurimmassa kokoushotellissa huoneita on 150 ja kokoustitiloja 10 sekä pienempiä ryhmätyötiloja kuusi kappaletta. Toisena liitteenä oleva taulukko työn loppuosassa kertoo tarkemmin jokaisen hotellin kapasiteetin, hotellin etäisyyden matkakeskuksesta sekä kokoustitojen määrän ja suurimman kokoustitilan kapasiteetin. Kaupungin kokoushotelleista Cumulus kuuluu maanlaajuiseen Restel-ketjuun ja Sokos Hotel Vaakuna sekä Sokos Hotel lakeus ovat ravintoloinen osa S-ryhmää. Muut kaupungin kolme hotellia ovat yksityisiä hotelleja.

7.3 Ravintolapalvelut

Seinäjoella on runsaasti ravintolavalikoimaa aina pikaruokaravintoloista, etnisistä, kuten thai-ravintoloista, lähiruokaa tarjoaviin Fine Dining-ravintoloihin. Edellä mainittujen kokoushotellien yhteydessä on jokaisella oma ravintolansa, jolloin kokousjärjestäjän on helppo yhdistää tilaisuuteen myös ruokailut. Kokoushotellien ravintoloihin mahtuu ravintolasta riippuen noin 100-300 henkilöä.

Esimerkiksi Hotel Sorsanpesän ravintolaan mahtuu 120 henkilöä, Hotelli-Ravintola Alman 160 henkilöä, Sokos Hotel Lakeuden Ravintola Matadoriin 300 henkilöä ja Cumuluksen Ravintola Huviretkeen 110 henkilöä. Näiden kokousravintoloiden lisäksi Seinäjoella on myös muita ravintoloita, joiden tarjonta on monipuolista. Esimerkkeinä lähiruokaan erikoistuvat ravintola Uppalan Kartano, johon mahtuu lähes 100 henkilöä ruokailemaan samanaikaisesti, sekä samaa kokoluokkaa oleva Ravintola Juurella. Näiden lisäksi muun muassa Framin tiloissa on ravintolapalveluja 250 henkilölle, Ravintola Marttilan Tallilla 150 henkilölle, paikallisella olutpanimolla Mallaskosken Panimoravintolalla 50 henkilölle ja lisätilana 400:lle tilavan kesäterassin kanssa ja Duudsonit Activity Parkin Ravintola Pirttihirmussa tilaa on 200 henkilölle. Laajasta ravintolavalikoimasta on valittavana vielä suuremmillekin kokousryhmille soveltuvia ravintoloita. Seinäjoen Ravikeskus esimerkiksi tarjoaa ravintolapalveluja 330 henkilölle, Rytmikorjaamo 1000 henkilölle ja Seinäjoki Areenan yhteydessä oleva Fazer-ravintola jopa tuhansille. (Seinäjoki Congress 2015 b.)

7.4 Saavutettavuus ja sisäiset liikenneyhteydet

Seinäjoelle on hyvät yhteydet ja kaupunki sijaitsee junayhteyksien pääradan varrella. Useat linja-autoyhtiöt kulkevat Seinäjoen kautta matkalla muualle Suomeen, uusimpana kaupunkiin on aloittanut asiakkaalle edullisen liikennöinnin OnniBus (OnniBus 2015). Junayhteyksien suhteen Seinäjoki on tärkeässä yhteyspisteessä pohjoisen ja eteläisen Suomen liikenteen välillä. Junalla Seinäjoelle matka kestää Helsingistä 2 tuntia 45 minuuttia, Oulusta 3 tuntia 15 minuuttia ja Tampereelta vain tunnin verran (VR-Yhtymä Oy 2015).

Seinäjoen sisäistä liikennettä hoitaa Härmän Liikenne Oy. Kaupunkiliikennettä yhtiö hoitaa markkinointinimellä Komia Liikenne. Yhtiö toimii pääasiassa Etelä-Pohjanmaan alueella ja tarjoaa kaupunkiliikenteen lisäksi myös koululais- ja reitiliikennettä, tilausmatkoja sekä ryhmille kokonaispaketteja. (Härmän Liikenne Oy 2015.) Härmän liikenteen lisäksi Seinäjoella toimii myös muita linja-autoalan yrityksiä, jotka erikoistuvat tilausajoliikenteeseen. Näistä yksi esimerkki on Seinäjoen Tilausajo, joka toimii myös virallisena valmismatkajärjestäjänä Matkatoimisto Matkalakeus –nimen alla (Seinäjoen Tilausajo 2014). Tilausajoon erikoistuneita kuljetusliikkeitä on kaupungin alueella useita, esimerkkeinä voidaan mainita muun muassa Tilausliikenne Kaataja Oy sekä Tilausliikenne Kivimäki Oy (Tilausliikenne Kivimäki 2015; Tilausliikenne Kaataja Oy 2015).

8 TUTKIMUSMENETELMÄT

Kvalitatiivisella tutkimuksella tarkoitetaan keinoja, joilla kuluttajan käyttäytymistä voidaan ymmärtää syvemmin. Vastaajamäärä on kvalitatiivisessa tutkimuksessa pieni ja sen avulla pyritään etsimään vastauksia kysymyksiin miksi ja miten. (Lotti 1994, 42.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa niin heikkous kuin hyväkin puoli on sen vapaamuotoisuudessa, moniulotteisuudessa ja joustavuudessa (Lotti 1994, 70). Erilaisista tutkimusmenetelmistä työn empiirisen osion suorittamiseen valikoitui kvalitatiivinen eli laadullinen haastattelu. Haastattelun pohja muodostettiin teorian ja opinnäytetyön tavoitteiden perusteelta. Aikataulun ja haastateltavien kiireiden vuoksi haastattelut voidaan suorittaa puhelinhaastatteluina.

8.1 Menetelmä opinnäytetyössä

Tutkimusongelmana työssä on selvittää kokousasiakkaiden, erityisesti suurempien organisaatioiden, tarpeita ja toiveita kokouskaupungin palvelujen suhteen. Tavoitteena on selvittää myös tekijöitä, jotka estävät suurempien kokousten saapumisen Seinäjoelle. Opinnäytetyön avulla Seinäjoella kokouspalveluita tarjoavat yritykset pystyvät ottamaan asiakkaiden tarpeet ja toiveet huomioon myös tulevaisuudessa ja pyrkiä kehittämään Seinäjoesta parempaa kokous- ja kongressikaupunkia yhdessä itse kaupungin ja muiden organisaatioiden kanssa.

Työn tarkoituksena on päästä syvemmällä tasolla tutkittavien ajatusmaailmaan ja mielipiteisiin sekä selvittää organisaatioiden tärkeimmät kokouspaikan valintaperusteet. Syvähaastattelut valittiin siitä syystä, että haastateltavat ovat isompien organisaatioiden johtohenkilökuntaan kuuluvia tai muita kokouspaikan valintaan vaikuttavia päättäjiä, joiden aikataulut ovat kiireiset ja syvähaastattelu antaa mahdollisuuden joustaa. Tavoitteenani on keskustella toimeksiantajan kanssa siitä, ketä työssäni kannattaa haastatella ja ketkä olisivat tulosten hyödyllisyyden kannalta niitä asiakkaita, joiden mielipiteistä olisi eniten hyötyä kokouskaupungin kehittämisen kannalta. Jos etäisyyden tai haastateltavan aikataulujen vuoksi ei kuitenkaan sovi tapaaminen kasvokkain, useampikin haastattelu voidaan suorittaa puhelinhaastatteluina.

Haastattelu on puolistrukturoitu eli haastattelijalla on valmiina aiheet ja niihin liittyviä kysymyksiä. Vastausten pohjalta ja keskustelun edetessä voidaan kysyä myös tarkentavia jatkokysymyksiä, mikäli aiheesta tarvitaan vielä lisää tietoja. Aihealueisiin kuuluvat kysymykset koskevat muun muassa sitä, mikä tekee kokouskaupungista hyvän, mitä kokemuksia henkilöllä on Seinäjoesta kokouskaupunkina, mitä asioita Seinäjoelta puuttuu tai mitä voisi tehdä paremmin, mitkä ovat hyvän kokouskaupungin tärkeimmät ominaisuudet ja mitkä tekijät johtavat kokouksen viemisen muualle Seinäjoen ollessa vaihtoehtona. Haastattelut pyritään analysoimaan objektiivisesti ja tuomaan esille haastateltavan mielipiteiden ja kertomien ydinasiat. Haastatteluiden yhteenvedon jälkeen tarkoitus on niiden perusteella kerätä yhteen Seinäjoen vahvuuksia ja heikkouksia sekä lopuksi myös haastattelijan ehdotuksia kaupungin kehittämisestä kokousten suhteen.

8.2 Tutkimuksen toteutus

Vinkkejä ja sähköpostiosoitteita hyvistä haastateltavista saatiin Seinäjoki Congress Oy:n kautta. Haastateltaviin otettiin yhteyttä aluksi sähköpostin kautta, viestejä lähetettiin yhteensä 17 kappaletta. Viesteihin tuli kaksi vastausta, joiden kautta sovittiin haastatteluaika puhelinhaastatteluun kiireisten aikataulujen vuoksi. Lähes kaikki loput haastateltavat tavoitettiin seuraavalla viikolla puhelimitse, ja haastatteluja sovittiin yhteensä 12 kappaletta, aikataulujen puitteissa kaikki puhelinhaastatteluina. Haastattelujen sopiminen oli yllättävän helppoa. Henkilöt, jotka onnistuivat tavoittamaan, halusivat vastata haastatteluun mielellään kiireidensä ohellakin. Haastattelut toteutetaan puhelinhaastatteluina, mikä mahdollistaa odotettua suuremman haastattelujen määrän sekä riippumattomuuden haastattelun sijainnista. Haastattelut toteutettiin melko lyhyellä aikavälillä puolentoista viikon sisällä. Ensimmäinen haastattelu suoritettiin 9.3. ja viimeinen 18.3.2015. Haastattelujen kesto ei ollut huomattavan pitkä, mistä huolimatta saatiin melko runsaita ja vaihtelevia vastauksia. Haastattelujen kesto oli 10-20 minuuttia. Lyhytkestoisen haastattelupuhelu vei 10 minuuttia ja 40 sekuntia, pisin 19 minuuttia ja 30 sekuntia. Haastatteluista kertyi materiaalia kestoaltaan yhteensä 167 minuuttia ja 55 sekuntia eli noin 2,8 tuntia.

9 HAASTATTTELUIJEN YHTEENVETO

Haastattelut nauhoitettiin puhelimeen ladatun sovelluksen avulla. Haastattelujen jälkeen nauhoitteet kuunneltiin ja litteroitiin eli kirjoitettiin auki omalle tiedostolle. Vastausten kerääminen yhteen aina jokaisen kysymyksen ja kysymysalueen yhteyteen selkeytti ja helpotti tulosten yhteenvetoa ja analysointia.

9.1 Taustatiedot

Tutkimukseen osallistui 12 henkilöä erilaisista yrityksistä, järjestöistä ja organisaatioista. Vastanneista naisia oli yhdeksän henkilöä eli 75% ja miehiä kolme eli 25%. Jokainen vastaaja oli eri organisaatiosta. Työkokemuksen määrä, eli kuinka kauan haastateltavat ovat olleet töissä nykyisessä organisaatiossa tai muuten mukana toiminnassa, vaihteli hyvin paljon. Työkokemuksen vaihteluväli oli puolesta vuodesta 22 vuoteen saakka. Vastaajien nykyisistä organisaatioista saamien työvuosien keskiarvoksi tuli 9,8 vuotta. Vastaajista kuusi eli 50% toimi organisaatiossa assistenttina, johdon assistenttina, myyntiassistenttina tai sihteerinä. Muut kuusi henkilöä eli toinen 50% toimivat organisaatiossa korkeammassa asemassa puheenjohtajana, toiminnanjohtajana tai toimitusjohtajana.

Haastattelussa selvitettiin myös kokemuksia Seinäjoesta kokouskaupunkina. Kaksi vastaajaa eivät olleet käyneet Seinäjoella kokouksissa, he vastasivat Seinäjoeka koskeviin kysymyksiin mielikuviansa perusteella ja jättivät vastaamatta kysymyksiin, joihin eivät osanneet mitään sanoa. Kaksi vastaajaa oli käynyt Seinäjoella kokousten merkeissä edellisessä työpaikassaan. Vastaajista kahdeksan oli siis vierailut Seinäjoella kokouksissa toimiessaan nykyisessä organisaatiossaan, näistä viisi pääasiassa oman organisaation järjestämissä ja kolme muiden järjestämissä kokoontumisissa. Vastaajien organisaatioista kuusi on järjestänyt kokouksia Seinäjoella ja kuusi organisaatiota ei ollenkaan. Näistä kuudesta Seinäjoella kokouksen järjestäneistä viisi oli mukana järjestelyissä ja yksi vain osallistujana.

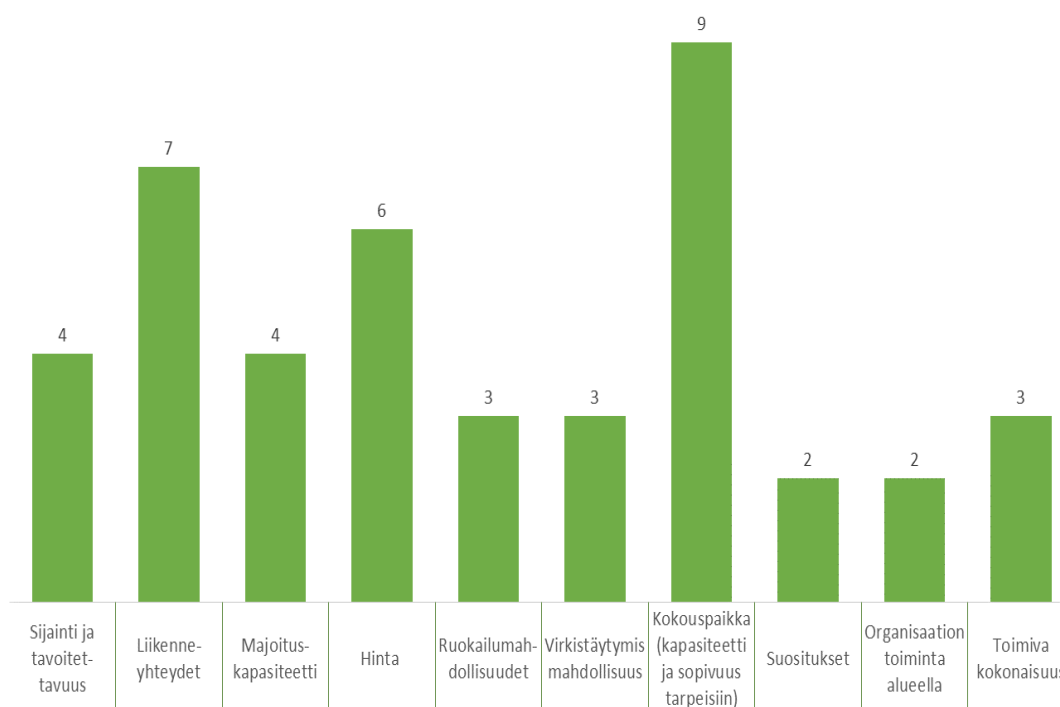
9.2 Kokouspaikkakunnat ja kokouksen järjestäminen

Kaikilla 12:sta vastanneesta on kokemusta kokousten järjestämisestä, paikkakuntien määräksi vastaajat arvioivat noin viidestä eri paikkakunnasta kahteenkymmeneen tai useampaan kymmeneen paikkakuntaan. Paikkakuntia ja kaupunkeja, joihin vastanneet olivat järjestäneet kokouksia, oli laajasti. Suosituin kaupunki oli selvästi Helsinki, joka mainittiin kahdeksan kertaa. Yhdessä vastauksista Helsingin yhteydessä mainittiin myös muu pääkaupunkiseutu. Helsingin jälkeen tulivat Tampere ja Jyväskylä, jotka molemmat tulivat esille kuuden haastateltavan vastauksissa. Neljä kertaa mainittiin Turku, Lahti ja Hämeenlinna. Kolmella haastateltavalla tuli mieleen myös Seinäjoki ja Pori, kaksi kertaa esille taas tulivat Oulu, Kuopio, Lappeenranta sekä Vantaa, jonka voi katsoa kuuluvan myös pääkaupunkiseutuun. Muita kokouspaikkakuntia sekä kokouspaikkoja olivat muun muassa Rovaniemi, Salo, Uusikaupunki, Kajaani, Lapinlahti, Kauniainen, Helsinki-Tukholma-Helsinki –risteily, Levi ja Mikkeli.

Vastanneiden työnkuva kokousten järjestämisen suhteen on vaihteleva. Kaksi vastaajaa hoitaa pääasiassa projektinvetäjän tehtäviä ja toimii päättävänä tahoina. Suurin osa vastaajista, 10 henkilöä, hoitaa kokousten käytännön järjestelyjä. Heistä neljän työnkuvana ovat ainoastaan käytännön järjestelyt ja kuuden myös muut tehtävät, kuten projektipäällikkönä toimiminen, ohjelman valmistelu, hintaneuvottelut, tarjousten käsittely ja päätöksenteko sekä yhteydet puhujiin ja yhteistyökumppaneihin. Haastateltavien organisaatioissa ei yleensä käytetä kokouspalvelu-toimistoja eikä matkailuneuvontaa. Viidessä vastauksista ilmeni poikkeustapauksia, jolloin käytetään myös paikallista apua: suuremmat tapahtumat ja kokoukset, yhteistyökuviot ja yhteistyökumppanit järjestettävällä paikkakunnalla sekä käytännön järjestelyjen ulkoistaminen, kyseisessä vastauksessa ilmoittautumisten vastaanottamisen tapauksessa.

9.3 Kokouspaikan valintakriteerit

Haastattelujen avulla saatiin selville organisaatioiden tärkeimpiä kokouspaikan valintakriteerejä. Kokouspaikan valinta riippuu paljon tilaisuuden koosta, mikä mainittiin erikseen yhdessä haastattelussa. Kuviossa 3 esitetään esille tulleet tärkeimmät tekijät, jotka vaikuttavat kokouspaikan valintaan. Kuviossa olevat luvut merkitsevät henkilöiden määrää, jotka ovat maininneet kyseisen tekijän vastauksissaan. Haastattelujen perusteella kolme tärkeintä tekijää kokouspaikkaa valittaessa ovat itse kokouspaikka, sen kapasiteetti ja sopivuus kokouksen tarpeisiin, liikenneyhteydet ja hinta. Melko tärkeäksi koettiin myös paikkakunnan sijainti sekä se, että paikkakunnan tavoitettavuus niin julkisilla kuin yksityisilläkin kulkuneuvoilla on kohtuullisella tasolla. Majoituskapasiteetilla on merkitystä silloin, kun kyseessä ovat suuremmat kokoukset, joihin osallistujia voi olla jopa satoja.

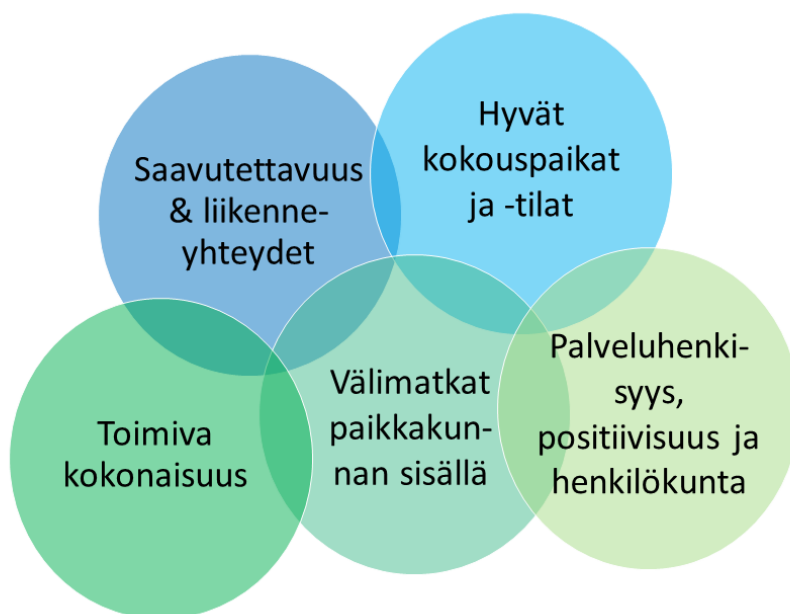


Kuvio 3. Kokouspaikan valintakriteerit

Vastaajista neljä käyttää kokousta järjestäessään konkreettista muistilistaa. Kahdeksan henkilöä taas järjestää kokoukset kokemustensa ja tietojensa sekä niin sanotun ”pään sisäisen” muistilistan avulla. Haastatteluissa saatiin selvä kuva myös siitä, vaikuttavatko kokouspaikkakunnan valintaan edelliset kokemukset ja edellisten kokousten järjestyspaikkakunnat. Vastaajista 10 eli noin 83% oli sitä mieltä, että edelliset kokemukset vaikuttavat valintaan. Kaksi vastaajaa, joiden mielestä edelliset kokemukset eivät merkittävästi vaikuta valintaan, kertoi kuitenkin pyrkivänsä vaihtelevaan kokouksen järjestyspaikkaan. Kaikista vastaajista seitsemän mainitsi kokousten kierto- eli rotaatioperiaatteen, jolla kokouksen paikkakuntaa pyritään aina vaihtamaan ja kiertämään ympäri Suomen. Osallistujien palautteen ja omien kokemusten vaikutuksia pitivät tärkeinä kuusi vastaajaa. Paikkakunnan oheispalvelujen merkitys sen sijaan jakoi mielipiteitä. Viiden vastaajan mielestä oheispalvelujen, kuten ostosmahdollisuuksien, aktiviteettien ja ravintoloiden, merkitys on melko vähäinen. Viisi vastaajaa piti oheispalveluja merkittävinä virkistytymisen ja kokonaisuuden onnistumisen kannalta. Vastaajista kaksi painotti kokouksen tyyppiä: oheispalvelut ovat tärkeitä, jos kokouksessa ei ole järjestetty omaa iltaohjelmaa ja jos mukana on seuralaisia tai kansainvälisiä vieraita.

9.4 Hyvän kokouspaikkakunnan ominaisuudet

Hyvän kokouspaikkakunnan ominaisuuksia selvitetessä esille tuli monta samaa asiaa, joiden perusteella kokouspaikka ensisijaisesti valitaankin. Niiden lisäksi esille tuli tarkemmin eriteltyinä asioita, jotka vaikuttavat kokouksen onnistumiseen ja kokemuksen muodostumiseen. Viisi tärkeintä tekijää on havainnollistettuina kuviossa 4.



Kuvio 4. Hyvän kokouspaikkakunnan ominaisuudet

Yksi mainituista ominaisuuksista oli, että paikkakunta on helposti saavutettavissa ja liikenneyhteydet ovat hyvät ja nopeat. Toinen tärkeä kokouspaikkakunnan ominaisuus on hyvät kokoustilat ja kokouspaikat, niiden toimivuus ja sopivuus kokousryhmän tarpeisiin. Haastatteluissa tuli esiin monesti myös kokonaisuuden toimivuus. Tärkeäksi koettiin se, että samasta paikasta saadaan tarvittaessa myös oheispalveluja ja että itse kokouspaikalla kaikki toimii sovitusti.

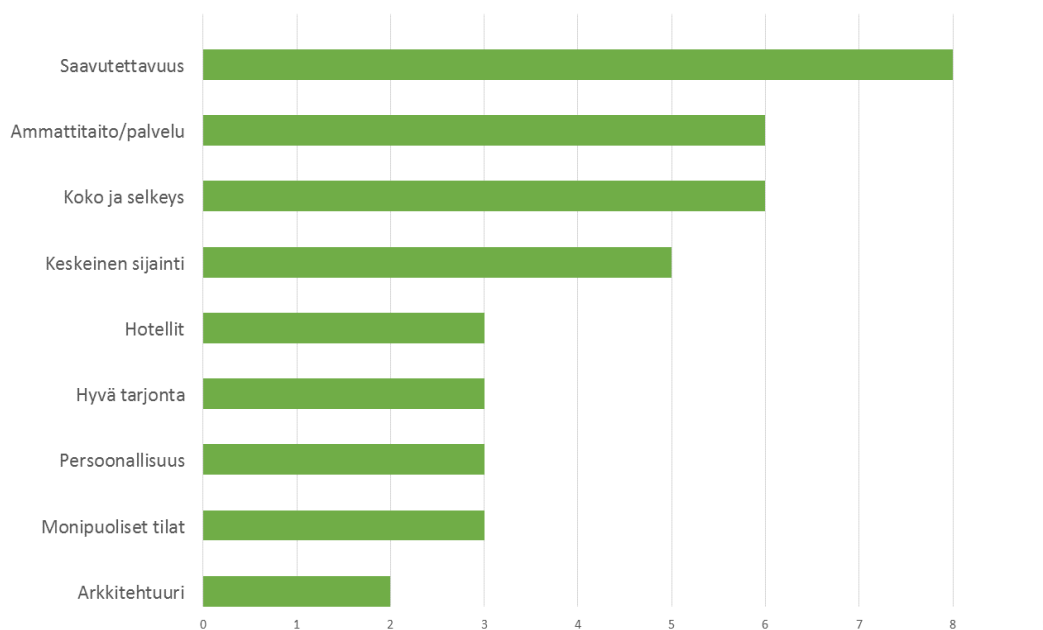
Hyvän kokouspaikkakunnan ominaisuutena pidettiin myös sitä, että paikkakunnalla on helppo liikkua ja välimatkat palveluiden, hotellien ja kokouspaikkojen välillä paikkakunnan sisällä ovat sopivia. Viides yhtä monesti muiden tekijöiden kanssa mainittu ominaisuus oli paikkakunnan ja palveluiden henkilökunta ja palveluhenkisyys sekä paikkakunnan halukkuus järjestää tapahtumia ja kokouksia. Muita hyvän kokouspaikkakunnan tekijöitä, jotka mainittiin haastatteluissa kerran tai kaksi, olivat virkistäytymismahdollisuudet, ympäristö, paikkakunnan siisteys, hyvät ruokapaikat, majoituskapasiteetti sekä paikkakunnan imago.

9.5 Seinäjoki kokouskaupunkina

Seinäjoesta kokouskaupunkina ja sen kokouspalveluista koettiin pääosin olevan saatavilla riittävästi tietoa. Yhdeksän vastaajaa koki saaneensa kokouskaupungista tarpeeksi tietoa markkinoinnin ja omatoimisen etsimisen kautta. Kolmessa näistä vastauksista mainittiin Seinäjoen olleen hyvin esillä messutapahtumissa ja kuudessa mainittiin kokousammattilaisten aktiivisuus ja ammattitaito kaupunkia markkinoitaessa ja järjestettäessä kokouksia. Kolme 12:sta vastaajasta ei ollut perehtynyt Seinäjoen kokouspalveluihin tai yrittänyt etsiä niistä tietoa. Haastatteluilla selvitettiin niin Seinäjoen vahvuuksia kuin heikkouksiakin kokouskaupunkina sekä tekijöitä, jotka tekevät paikasta vetovoimaisen kokouksia ja kokousvieraita ajatellen.

9.5.1 Kokouskaupungin vahvuudet

Kuviossa 5 ovat koottuina esille tulleet Seinäjoen vahvuudet. Suurimpana vahvuutena pidettiin kaupungin saavutettavuutta, junayhteydet ja yleinen saavutettavuus tulivat esille kahdeksassa vastauksessa. Vastaajilla oli myös positiivisia mielikuvia myyntihenkilökunnan ammattitaidosta ja kaupungin halukkuudesta järjestää kokouksia ja tapahtumia. Yksi vastaajista sanoikin Seinäjoen olevan tapahtuma-kaupunkina tunnettu, jolloin järjestäjä voi luottaa, että henkilökunta on ammattitaitoista. Kaupungin koosta tuli positiivisia mielipiteitä ja sen mainitsi kuusi vastaajaa. Seinäjokea pidettiin selkeänä ja sopivan suurena kaupunkina, myös sen palvelut ovat lähellä toisiaan. Kaupungin sijaintia pidettiin hyvänä ja kokoavana Pohjanmaalta ja Keski-Suomesta katsottuna. Hotellien vahvuuksista mainittiin niiden hyvä sijainti, hyvät palvelut ja runsas majoituskapasiteetti. Kokonaisuudessaan kaupungin kokouspalvelujen tarjontaa pidettiin hyvänä, kolme vastaajaa mainitsi sen erikseen. Yksi vastaajista totesi kaupungissa olevan kaikki, mitä kokouspaikassa tarvitaan. Persoonallisuutta pidettiin etuna, sen yhteydessä mainittiin luova hulluus, innovatiivisuus, pohjalaisuus sekä ihmisten kiinnostus Pohjanmaata kohtaan. Kokoustilat mainittiin monipuolisina ja erilaisiin, isompiinkin tapahtumiin sopivina. Alvar Aalto mainittiin arkkitehtuurissa mielenkiintoisena kohteena.



Kuvio 5. Seinäjoen vahvuudet kokouskaupunkina

9.5.2 Kokouskaupungin heikkoudet

Seinäjoen heikkouksista kokouskaupunkina kysyttäessä haastateltavat kokivat vastaamisen hankalaksi. Heikkouksia tuli esiin muutamia, joihin kaikkiin ei pysty vaikuttamaan. Seitsemän vastaajaa totesi, etteivät osaa sanoa tai ettei konkreettisia heikkouksia ole tullut vastaan. Kysyttäessä heikkouksia vastauksia olivat, ettei viimeisessä kokouksessa koettu mitään jääneen puuttumaan, kokoukset ovat niin tiiviitä, ettei aika riitä muuhun tai että puutteita tapahtumien järjestämiselle ei vain koeta olevan. Heikkouksia tuli viidessä vastauksessa. Kahdessa vastauksessa tuli esiin se, ettei Seinäjoen sijainti kuitenkaan ole kovin keskeinen Etelä-Suomesta katsoen ja että se on hankalammin saavutettavissa erityisesti päiväkokouksille. Kolme vastaajista kertoi, etteivät tilat ole olleet heille sopivia tai vapaina haluttuina ajankohtina.

Heikkouksien lisäksi selvitettiin myös tekijöitä, joiden vuoksi kokous viedään muualle, jos Seinäjoki on vaihtoehtona. Useimmin, viisi kertaa, esille tullut asia oli organisaation rotaatioperiaate eli kokouksia ja tapahtumia pyritään järjestämään ympäri Suomen. Toisen asian mainitsi neljä henkilöä: etäisyys ja saavutettavuus vaikuttavat valintaan. Usein valitaan se paikkakunta, johon osallistujien on helpompi tulla. Neljä henkilöä mainitsi myös tilojen toimivuuden ja sopivuuden tarpeisiin. Jos ei löydy tarvittavia tiloja tai ei esimerkiksi ole mahdollisuutta järjestää kaikkea tarvittavaa samassa paikassa, tilaisuus saatetaan viedä muualle. Kolme kertaa mainittiin myös se, kuinka raha ja kokonaishinta ratkaisevat paljon. Usein kokonaistaloudellisesti edullisin vaihtoehto voittaa. Kahdesti tuli esiin organisaation saman alan messut ja muut tapahtumat kaupungissa. Toisessa vastauksessa kokoukset järjestetään samoissa kaupungeissa kuin saman alan tapahtumat, ja toisessa kilpailevat tapahtumat toimivat valintakriteerinä, jolloin liian moni samankaltainen alan tapahtuma vähentää osallistujien määrää ja tilaisuus päätetään järjestää muualla. Kaikista vastauksista kolmessa tuli esiin myös, ettei ole erityistä syytä, miksi tilaisuuksia viedään muihin kaupunkeihin.

9.6 Ajatuksia Seinäjoesta kokouskaupunkina

Haastattelun lopuksi kysyttiin vielä muita ajatuksia Seinäjoesta kokouskaupunkina, onko haastateltavien eteen tullut jotain, mitä kaupungissa voisi olla tai voisiko jotain tehdä paremmin. Vastaajista viisi ei osannut enää sanoa lisäyksiä edellisiin vastauksiinsa vähäisten kokemustensa vuoksi. Yksi vastaajista mainitsi myös viimeisen kokouksen järjestelyjen toimineen hyvin ja tilaisuuden olleen niin tiivis, ettei hän ehtinyt tutustua kaupunkiin sen enempää. Kolmelta henkilöltä tuli runsaasti positiivisia näkökulmia. Seinäjokea pidettiin varteenotettavana vaihtoehtona kulkuyhteyksiensä, tilojensa ja majoituskapasiteettinsa osalta. Lisäksi asioidessa kaikki oli toiminut hyvin, ihmiset ovat aktiivisia ja järjestäjät saavat hyvin tukea. Yksi haastateltava mainitsi pitävänsä Seinäjokea enemmän kesäkaupunkina. Lopuksi haastatteluissa saatiin myös muutamia ehdotuksia siitä, mitä voisi tehdä paremmin tai mikä voisi houkutella tilaisuuksia Seinäjoelle. Alla mainitut ehdotukset ovat jokainen eri henkilöltä. Ehdotuksia saatiin siis yhteensä kuusi kappaletta.

Kaupungissa voisi olla enemmän tapahtumia myös muuten kuin kesällä, jotka vetäisivät väkeä kaupunkiin. Markkinointia kannattaisi keskittää siihen, mitä kaikenlaisia tiloja on tarjolla. Saman rakennuksen sisällä olisi oltava mahdollisuus järjestää koko tilaisuus majoituksineenkin. Riittävän vetovoimainen esitys 100-150 henkilön tilaisuudelle voisi tuoda enemmänkin samankaltaisia tapahtumia kaupunkiin. Organisaation kannalta on tärkeää se, että näytettäisiin mahdollisuudet ja se, miten ne onnistuisivat juuri omalle organisaatiolle hyvin. Iltaohjelman aktiviteettimahdollisuuksista voisi olla enemmän tietoa ja mainontaa kokousjärjestäjille, aktiviteetti voisi olla jotain paikkakuntaan liittyvää, ei ihan tavanomaista.

10 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää organisaatioiden päätöskriteerejä kokouspaikkakunnan valinnan suhteen, hyvän kokouskaupungin ominaisuuksia yleisesti sekä Seinäjoen vahvuuksia ja heikkouksia kokouskaupunkina. Tavoitteena oli myös selvittää tekijöitä, jotka vievät kokouksen muualle, jos Seinäjoki on vaihtoehtona kokouspaikaksi.

Tutkimuksessa esille nousseiden kokousjärjestäjien tarpeiden huomattiin haastattelujen perusteella riippuvan järjestettävän tilaisuuden koosta ja osallistujamäärästä. Muuttuvista tekijöistäkin huolimatta kokouskaupungilta vaadittavat perusominaisuudet olivat vastauksissa hyvin samankaltaiset ja vastausten huomattiin pätevän myös teorian kautta erityisesti kappaleessa 2.4 eriteltyihin kokouspaikan valintakriteereihin. Näitä kokouskaupungin valintaan vaikuttavia asioita ovat Rautaisen ja Siiskosen mukaan muun muassa kaupungin hintataso, saavutettavuus, välimatkat kaupungin sisällä, kokouspaikkojen monipuolisuus, kaupungin kokemus järjestäjänä olemisesta sekä majoitus- ja ravintolapalvelut. Vaikka haastatteluissa tuli esille myös kokoustilojen monipuolisuus valintakriteerinä, kokouspaikkojen yksittäisiä vaatimuksia, kuten ajan tasalla olevaa teknologiaa, ei mainittu erikseen. Tutkimuksesta voidaan siis päätellä, että yksittäisten asioiden sijaan tärkeämpää on toimiva kokonaisuus.

Teoriassa kappaleessa 5.2 käsiteltiin organisaatioiden yritysasiakassuhteita, joilla on myös merkitystä kokouspaikkakunnan valinnassa. Näiden suhteiden huomattiin myös haastattelujen kautta vaikuttavan kokouspaikan valintaan riippuen organisaation tyypistä ja laajuudesta. Organisaation oma toiminta osastojen tai tytäryhtiöiden kautta sekä tiivis yhteistyö alueen yhtiöiden kautta erityisesti kansallisten organisaatioiden tapauksessa saattavat vaikuttaa valintaan merkittävästikin. Yritysasiakassuhteet voivat olla myös suhteita alihankkijoihin, rahoituslaitoksiin tai muihin organisaation sidosryhmiin.

Haastattelun toisessa osiossa, jossa selvitettiin Seinäjoen vahvuuksia kokouskaupunkina, huomattiin useiden tekijöiden olleen samoja kuin haastattelun ensimmäisessä osiossa esille tulleet valintakriteerit. Viisi tärkeintä valintakriteeriä olivat itse kokouspaikka, liikenneyhteydet, hinta, majoituskapasiteetti sekä sijainti ja tavoitettavuus. Hyvän kokouspaikkakunnan ominaisuudet taas pitävät myös sisällään saavutettavuuden ja liikenneyhteydet sekä hyvät kokouspaikat ja –tilat. Näiden lisäksi paikkakunnalla on oltava kohtuulliset välimatkat paikkakunnan sisällä, palveluhenkinen ja positiivinen ilmapiiri, ammattitaitoinen henkilökunta ja tilaisuuksien suhteen on onnistuttava tarjoamaan toimiva kokonaisuus.

10.1 Seinäjoen vahvuudet kokouskaupunkina

Seinäjoki on junayhteyksien risteyspaikka, ja saavutettavuus on hyvä myös tielinjoja pitkin. Kaupungin sijainti on vahvuus Pohjanmaan ja Keski-Suomen näkökulmasta. Kaupungilla on runsaasti kokemusta tapahtumien ja kokousten järjestämisestä, jonka myötä ammattitaito ja palvelun laatu sekä innokkuus ja halu järjestää tilaisuuksia ovat kehittyneet korkealle tasolle. Kokouspalvelujen tarjontaa kokonaisuutena, myös hotellien kokouspalveluja, pidetään hyvänä ja toimivana. Kokoustiloja on monipuolisesti erilaisiin tilaisuuksiin ja myös hotellikapasiteetti on selkeä vahvuus, se on jopa edellytys monille suuremmille kokouksille ja tilaisuuksille. Seinäjoki on kaupunkina selkeä ja sopivan kokoinen, palvelut ovat lähellä toisiaan ja hotellit aivan keskustassa. Yksi Seinäjoen vahvuuksista on myös sen persoonallisuus: pohjalaisuus ja luova hulluus.

10.2 Seinäjoen heikkoudet kokouskaupunkina

Kaupungin sijainti ei ole paras mahdollinen, jos näkökulmana on Etelä-Suomi. Kokousjärjestäjä päätyy usein valitsemaan kokouskaupungin tai –paikkakunnan, joka on nopeammin saavutettavissa. Tilat ovat monipuolisia, mutta kokonaisuudesta löytyy myös puutteita. Esimerkiksi yksi haastateltava sanoi, ettei kaupungista löydy tarpeeksi isoa auditoriotilaa. Usein suuremmista tiloista on myös kilpailua, eivätkä sopivat tilat ole aina vapaina haluttuina ajankohtina. Tilojen saataavuus ja sopimattomuus järjestäjän tarpeisiin vievät kokouksen muihin kaupunkeihin. Kahdesti haastatteluissa mainittiin, kuinka koko tilaisuus majoituksineen olisi pystyttävä järjestämään samassa rakennuksessa. Kokouspaikkaa ja kokonaisjärjestelyjä esiteltäessä tulisi kokonaisuus myös esitellä asiakasta ajatellen, kuinka mahdollisuudet onnistuisivat yksilöllisesti juuri kyseiselle asiakkaalle. Haastatteluissa ilmeni myös muita syitä, miksi kokous Seinäjoen sijaan usein viedään muihin kaupunkeihin. Monet suuremmat kokoukset, erityisesti kansallisten organisaatioiden järjestämät, kiertävät ympäri Suomea. Tämä rotaatioperiaate tuo tilaisuuden Seinäjoelle, mutta vie sen myös muualle, ja samaan paikkaan se ei taas tule useampaan vuoteen. Raha ja kokonaiskustannukset ratkaisevat myös paljon.

11 POHDINTA

Tutkimuksen avulla saatiin tuloksia, joita yhdessä teoriaosion kanssa pystytään hyödyntämään ja muodostamaan tekijöitä, joissa Seinäjoki on kilpailukykyinen, ja joissa sen on mahdollista vielä parantaa toimintaansa. Selkeä kuva organisaatioiden päätösprosessista, tärkeimmistä kokouspaikkaan vaikuttavista tekijöistä sekä hyvän kokouskaupungin ominaisuuksista edistävät kokousten saamista kaupunkiin. Seinäjoki on vahvistuva kokouskaupunki, ja sillä on runsaasti ominaisuuksia, joita kokousjärjestäjät edellyttävät kohteella olevankin.

Kokouspaikkakunnan valinta organisaatioilla noudattaa pitkälti samaa kaavaa kuin organisaation ostoprosessi Ropen teoksesta muodostetun kuvion 1 mukaisesti. Ensimmäisenä organisaatio voi määrittellä kokouksen tyyppin, onko se esimerkiksi toiminnan kannalta tärkeä vuosikokous vai toimintaa tukeva kouluttamistilaisuus. Tämän jälkeen ratkaistaan kokouksen toteuttaminen, järjestetäänkö se kokonaan itse vai käytetäänkö apuna esimerkiksi kongressipalvelutoimistoa. Kolmantena organisaatio kartoittaa hankintalähteet ja neljäntenä arvioi vaihtoehdot omien kriteeriensä, tarjonnan ja tarjouspyyntöjen avulla. Viides vaihe on itse ostovaihe, jolloin tehdään lopullinen päätös kokouksen järjestämispaikasta, ja kokouksen jälkeen arvioidaan vielä sen onnistuminen.

Kokouskaupungin on pystyttävä kilpailemaan monessa kategoriassa menestyäkseen. Tutkimuksen tuloksissa tuli esiin runsaasti erilaisia kokouspaikkakunnan valintakriteerejä ja hyvän kokouskaupungin ominaisuuksia, jotka vaikuttavat kilpailukykyyn. Näiden lisäksi kaupungin on pystyttävä varmistamaan tilaisuuden onnistuminen eri osa-alueiden ja kokonaisuuden suhteen, sillä moni järjestäjä kysyy palautetta myös osallistujilta. Tutkimuksessa tuli esiin, kuinka suurimmassa osassa tapauksista seuraavaa kokouspaikkaa valittaessa valintaan vaikuttavat paljon myös edelliset kokemukset. Tämän vuoksi neuvontapalvelu on erittäin hyvä ja toimiva apu, jonka avulla kokouskaupunki pystyy tukemaan kokousten onnistumista ja asiakastyytyvyyttä sekä välttämään tilanteet, joissa kokouksen itse järjestävä taho jättäisi tietämättään hyviä mahdollisuuksia kaupungissa hyödyntämättä eikä sen vuoksi olisi kokonaisuuteen tyytyväinen.

Seinäjoki on kasvava kaupunki ja kokouskaupunkina sitä pidetään potentiaalisena ja hyvänä paikkana. Monet tutkimuksessa esille tulleet asiat ovat sellaisia, joihin kaupunki ei itse pysty vaikuttamaan, kuten sijainti. Tavoitettavuus on kuitenkin hyvä, mitä kannattaa kokousjärjestäjille painottaa. Seinäjoella voisi esimerkiksi mainostaa kokouspalvelujen ja kaupungin hyvää tavoitettavuutta rautatieasemilla tai yhteistyössä Härmän Liikenteen kanssa Pohjanmaa Express –yhteyksillä Tampereelle. Mainoslauseena voisi toimia yksinkertaisesti: ”kokoukset helposti Seinäjoella” tai ”kokousmatkat nopeasti junalla/bussilla” tai näiden yhdistelmästä. Seinäjoella on myös monipuoliset kokoustilat, mikä tuli tutkimuksessa esille. Muutamassa haastattelussa vastaajat eivät kuitenkaan tuntuneet olevan tietoisia kaikista mahdollisuuksista, joita kaupungissa tilojen suhteen on. Kokoustiloja etsiessä löytyy kyllä helposti suosituimmat ja käytetyimmät kokoustilat, mutta monipuolisia mahdollisuuksia tulisi korostaa ja nostaa vahvasti esille, laajempi esittely voisi olla esimerkiksi kaupungin sivuilla tai kokoustiloja esittelevien yhtiöiden nettisivuilla. Kolmas asia, mikä vaikuttaa kokouspaikan valintaan, on hinta. Tässä kategoriassa Seinäjoki pystyy kilpailemaan, mutta hinnoittelukin on niin tapauskohtaista, että sitä on vaikea muuttaa yleisesti. Hintakilpailun suhteen mahdollisuus olisi kuitenkin jokaisessa kokouksen suunnittelussa esittää asiakkaalle myös halvempi vaihtoehto esimerkiksi kokoustilojen tai ruokailun suhteen.

Seinäjoen vahvuus on myös sen persoonallisuus ja pohjalaisuus. Kaupungin markkinoinnissa sitä on korostettu ja tuotu entistä enemmän esiin, mikä luo positiivista kuvaa kaupungista ja vahvistaa sen imagoa. Tämä persoonallisuus ja pohjalaisuus tulisi yhdistää myös kokouksiin ja niiden teemoihin esimerkiksi käyttämällä jo valmiina olevaa kaupunkimarkkinoinnin tyyliä muistioissa ja muussa materiaalissa. Eräs haastateltava totesi, että oheisohjelmana tarjottavien aktiviteettien tulisi olla paikkakuntaan liittyviä, ei tavallisia yleisesti järjestettyjä aktiviteetteja. Jo olemassa olevista oheisaktiviteeteista tulisi myös tiedottaa enemmän. Oheisohjelmasta voisi saada persoonallisempaa lisäämällä aktiviteetteihin esimerkiksi pohjalaisia tarinoita, stand up –komediaa pohjalaisuudesta tai vaikka leikkimielisen oppitunnun pohjalaisuudesta ja sanonnoista. Oheisohjelman personoinnin lisäksi Seinäjoen vahvuudeksi voisi pyrkiä kehittämään kokousten elämyksellisyyden. Kokousten ohjelma on usein hyvin tiivis, oheisohjelmallekaan ei välttämättä jää aikaa, mutta kaupunkia ja sen persoonallisuutta voisi paremmin tuoda esiin jo järjestelyissä sekä pyrkiä tekemään tilaisuudesta mieleenpainuvan tapahtuman.

Seinäjoella on monipuoliset tilat, mutta yksi edullisempi sekä mielenkiintoisempi idea voisi olla kehitellä kesä- ja syysaikaan kokoukselle tai sen ryhmätöille aivan uusi maksutonkin paikka. Pienet ryhmät voisivat kokoontua esimerkiksi joen rannalla, jokilaivalla tai vaikka Jouppilanvuoren päällä. Vaikka kokouksen pääpaikka olisikin Seinäjoki Arena tai jokin kokoushotelleista, kokousvieraat voisivat samalla tutustuttaa myös kaupunkiin pitämällä työryhmiä tai aivoriihiä rennommissa ympäristöissä. Samalla kokouksesta saataisiin myös elämyksellisempi ja kokousten järjestämisestä kaupungissa persoonallisempaa.

12 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Seinäjoen nykytilannetta kokouskaupunkina. Haastattelu rakennettiin teoriaosion pohjalta, ja haastatteluista saatiin vastauksia haluttuihin aiheisiin. Kysymykset olivat määriteltyinä etukäteen, vain muutamassa tapauksessa vastauksista seurasi tarkentavia lisäkysymyksiä. Vastauksissa oli samankaltaisuutta, erityisesti haastattelun ensimmäisessä osiossa, jossa selvitettiin kokouspaikan valintakriteerejä. Toisessa osiossa selvitettiin kokemuksia Seinäjoesta kokouskaupunkina. Tähän osioon olisi mahdollisesti voinut saada monipuolisemmin vastauksia, mikäli vastaajia olisi ollut enemmän, tai jos vastaajilla olisi ollut runsaammin niin positiivisia kuin negatiivisiakin kokemuksia Seinäjoelta.

12.1 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetti merkitsee tulosten pysyvyyttä. Hyvä reliabiliteetti tarkoittaa sitä, että sattuma vaikuttaa tuloksiin mahdollisimman vähän eli jos tutkimus toistettaisiin, tulokset eivät merkittävästi muuttuisi aiemmasta. Validiteetti taas tarkoittaa tietojen pätevyyttä eli onko tutkimuksella mitattu sitä, mitä sillä on ollut tarkoitus mitata (Lotti 1994 ,33.) Tutkimuksen reliabiliteettia arvioidaan usein kvantitatiivisissa tutkimuksissa, minkä vuoksi se ei suoraan sovi tähän työhön. Siitä huolimatta kvalitatiivisenkin tutkimuksen voi sanoa tässä olevan reliaabeli, sillä tutkimustulosten ei uskota merkittävästi muuttuvan, mikäli tutkimus tehtäisiin uudestaan ja haastateltaisiin eri ihmisiä. Haastattelun toinen osio Seinäjoesta kokouskaupunkina olisi tosin voinut olla monipuolisempi, eli kokemukset Seinäjoesta eivät ole yhtä reliaabeleita kuin muu tutkimus, sillä kokemukset vaihtelevat ihmisillä paljon ja runsaampi kokemus kaupungista olisi voinut tuoda tutkimukseen uutta näkökulmaa. Seinäjoelta kokemuksia ei valitettavasti ollut jokaisella, yksi vastaajista ei ollut koskaan käynyt Seinäjoella. Tutkimusta voidaan pitää validina, haastattelu rakennettiin teoreettisen viitekehyksen pohjalta ja sillä mitattiin asioita, joita tutkimuksella pyrittiinkin saamaan selville.

12.2 Tutkimuksen onnistumisen arviointi

Syvähaastattelu toimi tutkimusmenetelmänä hyvin ja tutkimus sujui paljolti odotusten mukaisesti. Vastaukset eivät olisi olleet yhtä laajoja kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Näkökulmia olisi tosin voinut saada laajemmin. Jos toteuttaisin tutkimuksen uudestaan, pyrkisin keräämään enemmän vastauksia Seinäjoen hyvin tuntevilta ja haastattelisin useampaa kokousten parissa työskentelevää ihmistä saadakseni enemmän mielipiteitä ja kokemuksia Seinäjoesta. Mielestäni valmis työ vastaa kuitenkin melko hyvin sille asetettuja tavoitteita. Teoria käsittelee kokouksia, niihin liittyviä osa-alueita sekä organisaation ostopäätöskriteerejä laajasti, ja empiirinen osio täydentää kokonaiskuvaa sekä kohdentaa näkökulman Seinäjokeen kokouskaupunkina. Näkökulma Seinäjoesta jäi melko puutteelliseksi, siihen olisin toivonut vielä lisää vaihtelua, ehkä jopa yllättäviäkin vastauksia haastattelujen kautta. Aikataulun ja haastateltavien kiireiden vuoksi haastattelut suoritettiin puhelimitse, mikä toimi melko hyvin. Haastattelun rakenne oli itselläni ja haastattelut nauhoitettiin puhelinsovelluksella. Haastattelukysymyksiä ei ollut mahdollista testata tutkimuksen tiukan aikataulun vuoksi, mutta suuria puutteita ei ilmennyt haastattelujen aikanakaan. Hankalaa oli ainoastaan saada vastauksia koskien Seinäjoen heikkouksia kokouskaupunkina, sen suhteen kysymyksen olisi voinut miettiä uudestaan tai esimerkiksi jaotella eri osa-alueisiin.

12.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tällä tutkimuksella on kartoitettu Seinäjoen nykytilannetta kokouskaupunkina sekä kerätty muutamia olennaisimpia kehitysehdotuksia, joilla kaupungista voi mahdollisesti saada vetovoimaisemman. Työstä voi hyvin kehittää lisätutkimusaiheita. Käytännön työtä voisi esimerkiksi olla kehittää kokouksiin ja tapahtumiin oma markkinointistrategiansa teemoineen ja logoineen. Jatkotutkimuksia voisi tehdä tarkemmin lähes jokaisesta tämän tutkimuksen aiheesta, esimerkiksi kokoustiloista, ravintolapalvelujen laajuudesta, hotellien kokouspalveluista tai organisaation ostopäätöskriteereistä. Hyvä jatkotutkimus voisi myös olla jatkaa Seinäjoen kehittämistä kokouskaupunkina pidemmälle, konkreettisemmin ja laajemmin.

LÄHTEET

Alma 360 Oy Kokouspaikat.com. 2015. Kokouspaikan tarkistaminen. Viitattu 16.1.2015. <http://www.kokouspaikat.com/kokouksen-suunnittelu/kokouspaikan-tarkistaminen/>

Aarrejärvi, L. 2003. Kokoukset ja kongressit – järjestäjän käsikirja. Helsinki. Edita Prima Oy.

Etelä-Pohjanmaan maakuntamuseo. 2015. Kokoustilat. Viitattu 6.4.2015. <https://www.seinajoki.fi/kulttuurijaliikunta/Etela-Pohjanmaanmaakuntamuseo/palvelut/kokoustilat.html>

Etelä-Pohjanmaan Matkailu. 2015 a. Kokoustilat. Viitattu 6.4.2105. <http://www.epmatkailu.fi/kokoustilat.html>

Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy. 2015 b. Seinäjoki. Viitattu 27.4.2015. <http://www.epmatkailu.fi/seinajoki.html>

Hotelli Cumulus Seinäjoki. 2015. Kokoustilat. Viitattu 6.4.2015. <https://www.cumulus.fi/hotellit/cumulus-seinajoki/kokoustilat>

Hotelli Fooninki. 2015. Kokoukset. Viitattu 6.4.2015. <http://www.hotellifooninki.com/kokoukset.php>

Hotelli-Ravintola Alma. 2015. Kokous. Viitattu 6.4.2015. <http://www.hotelalma.fi/Kokous>

Hotel Sorsanpesä. 2015. Kokous- ja saunatilat. Viitattu 6.4.2015. <http://www.sorsanpesa.fi/Suomeksi/Kokous-+ja+saunatilat/Yleisesittely>

Härmän Liikenne Oy. 2015. Komia Liikenne. Viitattu 23.4.2015. <http://www.komialiikenne.fi/komia-liikenne.html>

Irti Arjesta Tuotanto Oy. 2015. Viitattu 27.4.2015. <http://www.irtiarjesta.fi/>

Kauhanen, J. Juurakko, A. Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1. painos. Vantaa. Dark Oy.

Komiat Hetket Oy. 2015. Viitattu 27.4.2015. <http://www.komiathetket.fi/pages/fi/etusivu.php>

Lotti, L. 1994. Markkinointitutkimuksen käsikirja. 1. painos. Porvoo. Weilin+Göös.

Rautiainen, M. Siiskonen, M. 2013. Kokous- ja kongressipalvelut. 6. uudistettu painos. Helsinki. Restamark.

Restel Tapahtumaravintolat. 2015. Ohjelmapalvelut. Viitattu 27.4.2015. <http://www.tapahtumamaailma.fi/ohjelmapalvelut>

- Rope, T. Vahvaselkä, I. 1992. Nykyaikainen markkinointi. 1. painos. Jyväskylä. Weilin+Göös.
- Rope, T. 1998. Business to business –markkinointi. Porvoo. WSOY.
- S-Hyvä Olo Palvelut. 2015. Viitattu 27.4.2015. <http://www.s-hyvaolo.fi/>
- Seinäjoen Kaupunginteatteri. 2015. Tilavuokraus. Viitattu 6.4.2015. <http://seinajoenkaupunginteatteri.fi/palvelut/tilavuokraus/>
- Seinäjoen kaupunki. 2015. Matkailu ja kokouspalvelut. Viitattu 1.4.2015. <https://www.seinajoki.fi/seinajoenkaupunki/matkailu.html>
- Seinäjoen kaupunki Uimahalli-Urheilutalo. 2015. Kokoustila (urheilutalo). Viitattu 6.4.2015. <https://www.seinajoki.fi/kulttuurijaliikunta/liikuntapalvelut/liikuntapaikat/liikuntahallit/uimahallieurheilutalo/tilat/kokoustila.html>
- Seinäjoen Teknologiakeskus. 2015 a. Kiinnostavan tarjouksen laadinta. Viitattu 23.4.2015. <http://eventmanagementguide.frami.fi/index.php?page=kiinnostavan-tarjouksen-laadinta>
- Seinäjoen Teknologiakeskus. 2015 b. Tapahtuman tuottamien vaikutusten arviointi. Viitattu 23.4.2015. <http://eventmanagementguide.frami.fi/index.php?page=tapahtuman-tuottamien-vaikutusten-arviointi>
- Seinäjoen Tilausajo. 2014. Viitattu 23.4.2015. <http://www.tilausajo.com/index.php>
- Seinäjoki Congress. 2015 a. Kokous- ja konferenssitilat. Viitattu 6.4.2015. http://www.seinajokicongress.fi/kokouspalvelut/kokoustilat_konferenssitilat_seinajoki/
- Seinäjoki Congress. 2015 b. Ravintolapalvelut. Viitattu 24.4.2015. http://www.seinajokicongress.fi/kokouspalvelut/ravintolapalvelut_seinajoki/
- Sokos Hotels. 2015 a. Kokous ja juhlat. Original Sokos Hotel Lakeus. Viitattu 6.4.2015. <https://www.sokoshotels.fi/fi/seinajoki/sokos-hotel-lakeus>
- Sokos Hotels. 2015 b. Kokous ja juhlat. Original Sokos Hotel Vaakuna Seinäjoki. Viitattu 6.4.2015. <https://www.sokoshotels.fi/fi/seinajoki/sokos-hotel-vaakuna-seinajoki>
- Tikkanen, H. 2005. Markkinoinnin johtamisen perusteet. 2. painos. Hämeenlinna. Talentum Media Oy.
- Tilausliikenne Kaataja Oy. 2015. Viitattu 8.4.2015. <http://www.tilausliikennekaataja.fi/>

Tilausliikenne Kivimäki. 2015. Viitattu 8.4.2015.

<http://www.tilausliikennekivimaki.com/>

Vasikkaniemi, E. 2014. Seinäjoen imago kokous- ja tapahtumakaupunkina. Seinäjoen Ammattikorkeakoulu.

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/76323/Vasikkaniemi_Emmi.pdf?sequence=1

Verhelä, P. 2000. Liikematkailu. Helsinki. Oy Edita Ab.

Verhelä, P. 2014. Matkailun perusteet. 1. painos. Kuopio. Kuopion Liikekirjapaino Oy.

VR-Yhtymä Oy 2015. Liiketoiminnot. Viitattu 23.4.2015.

<http://www.vrgroup.fi/fi/vrgroup/liiketoiminnot/>

KOKOUSTILAT SEINÄJOELLA (Etelä-Pohjanmaan maakuntamuseo 2015; Etelä-Pohjanmaan Matkailu 2015 a; Seinäjoen kaupunki Uimahalli-Urheilutalo 2015; Seinäjoki Congress 2015 a; Seinäjoen Kaupunginteatteri 2015.)

Kokoustila	Kokouksen suurin henkilömäärä/tila	Etäisyys matkakeskuksesta
Seinäjoki Arena	9000	1,9 km
Kokous- ja kongressikeskus Frami	405	1 km
Rytmikorjaamo	1000	1,7 km
Duudsonit Activity Park	60	2 km
Seinäjoki-Sali	400	1 km
Viihdemaailma Ilona	200	0,05 km
Mallaskosken Panimoravintola	60	1,5 km
Ravintola Marttilan Talli	100	1 km
Seinäjoen Ravikeskus	330	2,5 km
Uimahalli-Urheilutalo	40	1,2 km
Seinäjoen kaupunginteatteri	430	0,9 km
Kivinavettamuseo, Suojeluskunta ja Lotta Svärd -museo	Ei tiedossa, <50	Kivinavetta 4 km Suojeluskunta ja Lotta Svärd 0,5 km
Törnävä -sali	506	1 km
Terveysteknologiakeskus Mediwest	90	3,5 km
Järjestöotalo	70	0,1 km
Seinäjoen seurakunta/ Kirkonkranni	105	1 km
Wallsport Arena	Ei tiedossa (n.10 hlö)	2,2 km
ABC Seinäjoki	55	0,9 km
Itämäentalo	40	4,5 km

KOKOUSHOTELLIT SEINÄJOELLA (Hotelli Fooninki 2015; Hotelli-Ravintola Alma 2015; Hotel Sorsanpesä 2015; Hotelli Cumulus Seinäjoki 2015; Sokos Hotels 2015 a; Sokos Hotels 2015 b.)

Kokous-hotelli	Kokoustilojen määrä	Kokouksen suurin henkilömäärä/tila	Majoituskapasiteetti	Etäisyys matkakeskuksesta
Hotelli Fooninki	4 & 3-5 ryhmätyötilaa	50	30 huonetta	4 km
Hotelli-Ravintola Alma	5	160	20 huonetta	0,15 km
Hotel Sorsanpesä	7	300	70 huonetta	4 km
Hotelli Cumulus	7 & 2 ryhmätyötilaa	150 (2 tilaa yhdistettynä)	135 huonetta	0,2 km
Sokos Hotel Lakeus	10 & 6 ryhmätyötilaa	150	150 huonetta	0,35 km
Sokos Hotel Vaakuna	4 & 3 ryhmätyötilaa	28	146 huonetta	0,5 km

HAASTATTELULOMAKE

Yleisesti:

1. Taustatiedot
 - a. Sukupuoli
 - b. Asema organisaatiossa
 - i. kauanko olet ollut töissä tässä organisaatiossa?
2. Onko sinulla kokemusta kokousten järjestämisestä?
 - a. Monellako eri paikkakunnalla olet ollut mukana järjestämässä?
 - b. Mitä näitä paikkakunnat esimerkiksi on?
 - c. Millä tavalla olet mukana järjestämässä kokouksia eli mikä on työnkuvasi?
3. Käytättekö organisaatiossanne kokouksia järjestettäessä apuna kaupunkien kokouspalvelutoimistoja, matkailuneuvontaa tai muita vastaavia palveluja?
 - a. Aina/ vain joissain tapauksissa
 - b. Jos vain joissain tapauksissa, mitkä ovat nämä tapaukset?
4. Kokouspaikan valinta organisaatiossa
 - a. Mitä asioita otatte ensimmäisenä huomioon kun lähdette valitsemaan kokouspaikkaa?
 - b. Vaikuttavatko edelliset kokemukset tai edellisten kokousten järjestyspaikkakunnat?
 - c. Mitkä ovat organisaationne muita kokouspaikkakunnan valintakriteerejä? (millä perusteella valinnat tehdään)
 - d. Onko organisaatiollanne valmis muistilista siitä, mitä kaikkea pitää ottaa huomioon kokousta järjestettäessä?
 - e. Minkälainen merkitys mielestäsi on paikkakunnan oheispalveluilla (ravintolat, kaupat) paikkakuntaa valitessa?
5. Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät asiat, jotka tekevät hyvän kokouspaikkakunnan?

Seinäjoki kokouskaupunkina:

6. Kokemuksia Seinäjoesta kokouskaupunkina:
 - a. Oletko ollut mukana kokouksissa Seinäjoella
 - i. Milloin olet ollut viimeksi?
 - ii. Ovatko nämä olleet oman organisaation tai muiden järjestämiä?
 - b. Kuinka monesti tai kuinka usein organisaationne on keskimäärin järjestänyt kokouksia Seinäjoella?
 - c. Oletko ollut mukana järjestämässä kokouksia Seinäjoelle?
 - d. Mikä tekee Seinäjoesta mielestäsi vetovoimaisen kaupungin kokousjärjestäjiä ja –vieraita ajatellen?
7. Onko Seinäjoesta kaupunkina ja sen kokouspalveluista saatavilla tarpeeksi tietoa?
8. Mitkä tekijät johtavat kokouksen viemiseen muualle Seinäjoen ollessa vaihtoehtona?
9. Minkälaisia vahvuuksia Seinäjoella kokouspaikkana mielestäsi on
 - a. Entä heikkouksia? (onko jotain, mitä kaupungista puuttuu tai mitä pitäisi olla enemmän)
10. Muita ajatuksia Seinäjoesta kokouskaupunkina, mitä mielestäsi Seinäjoella voisi olla tai mitä voisi tehdä paremmin?